

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Kori Roswita, NPM 15416261201229 dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Roti El – Bakery Karawang. (Studi Kasus Roti El – Bakery Karawang). Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Buana Perjuangan Karawang. dibawah bimbingan Ibu Ir., Hj. Netti Nurlenawati.,M.M sebagai dosen pembimbing utama dan Ibu Citra Savitri., S.E.,M.M sebagai dosen pembimbing pendamping.

Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh parsial Kualitas Produk Terhadap KepuasanKonsumen Roti El–Bakery Karawang 2) pengaruh parsial Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Roti El–Bakery Karawang 3) Pengaruh Simultan Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Roti El–Bakery Karawang. (Studi Kasus Roti El – Bakery Karawang).

Metode penulisan ini menggunakan deskriptif dengan pendekatan analisis kuantitatif, populasi pada penelitian ini adalah karyawan PT Toyota, PT Yamaha 2, PT HPPM, PT asama, PT DNP Indonesia, PT Dunlop dan RS. Delima Asih. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* dengan sampel sebanyak 263 orang. Dengan teknik pengumpulan data dengan kuesioner yang telah di uji validitas dan reabilitas analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa 1) Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif Terhadap Kepuasan Konsumen, harga dengan koefisien regresi pada penelitian ini memiliki nilai sebesar 0,164. 2) Harga secara parsial berpengaruh positif Terhadap Kepuasan Konsumen, kepuasan konsumen dengan koefisien regresi pada penelitian ini memiliki nilai sebesar 0,024. 3) Kualitas Produk dan Harga secara Simultan berpengaruh positif Terhadap Kepuasan Konsumen, hal ini di buktikan dengan hasil uji R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,234, nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 23,40 %. dan itu berarti sebesar 76,60 % kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

This reasearch was prepared by Kori Roswita, NPM 15416261201229 with the title Effect of Product Quality and Price on Consumer Satisfaction of El-Bakery Karawang. (Case Study of Bread El - Bakery Karawang). Faculty of Business and Social Sciences, Buana Perjuangan University, Karawang. under the guidance of Ms. Hj. Netti Nurlenawati., Ir., M.M as the main supervisor lecturer and Mrs. Citra Savitri., S.E., M.M as the supervising supervisor.

This study was to determine the partial effect of product quality on consumer satisfaction of El-Bakery Karawang bread 2) the partial effect of prices on consumer satisfaction of El-Bakery Karawang 3) Simultaneous Effect of Product Quality and Price on Consumer Satisfaction of El-Bakery Karawang. (Case Study of Bread El - Bakery Karawang).

This writing method uses descriptive quantitative analysis approach, the population in this study are employees of PT Toyota, PT Yamaha 2, PT HPPM, PT Asama, PT DNP Indonesia, PT Dunlop and RS. Pomegranate Asih. The sampling technique in this study used the accidental sampling method with a sample of 263 people. With data collection techniques with a questionnaire that has been tested for validity and reliability of data analysis used is multiple regression analysis.

The results of this study concluded that 1) Product Quality partially has a positive effect on Consumer Satisfaction, the price with a regression coefficient in this study has a value of 0.164. 2) Price partially has positive effect on consumer satisfaction, consumer satisfaction with the regression coefficient in this study has a value of 0.024. 3) Product Quality and Price Simultaneously have a positive effect on Consumer Satisfaction, this is evidenced by the results of R^2 test in this study obtained a value of 0.234, this value implies that the effect of product quality and price on customer satisfaction is 23.40 %. and that means 76.60% of customer satisfaction is influenced by other variables not examined.

Keywords: Product Quality, Price, Customer Satisfaction

