

INTISARI

Penelitian ini ditujukan untuk menguji bukti empiris mengenai pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.

Penelitian ini dilakukan pada konsumen produk toko online Lazada di kota Yogyakarta. Jumlah sampel pada penelitian ini 150 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dimana pengambilan sampel yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu yaitu responden yang pernah membeli produk di toko online Lazada. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner yang disebar kepada responden konsumen toko online Lazada yang ada di kota Yogyakarta terkait variabel kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas layanan.

Berdasarkan hasil uji t variabel kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan toko online Lazada di Kota Yogyakarta.

Kata kunci : kualitas produk, persepsi harga, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan

ABSTRAK

This research is aimed to find out the empirical proofs concerning the effects of product quality, price assumption, and quality of service toward customers satisfaction. The other purpose is to find out whether or not the product quality, price assumption, and quality of service affect simultaneously toward customers satisfaction.

The sample of this research is consumers of Lazada online shop product in Yogyakarta. The sampling technique used is purposive sampling which is done by taking sample from population based on a certain criteria: respondents must be those who had experience of buying Lazada online shop product. The method of collecting data is questioners which were distributed to respondents of Lazada online shop in Yogyakarta.

Based on the t-test of the variables (product quality, price assumption, and quality of service) the results show that it is significant toward the customers satisfaction. And based on the F-test, the result show that product quality, price assumption, and quality of service affect simultaneously toward customers satisfaction of Lazada online shop in Yogyakarta.

Key words: product quality, price assumption, quality of service, and customers satisfaction.