

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TENUN IKAT SRI WIDHI
DI KLUNGKUNG**

Oleh

Ni Made Ayu Suwidia Intan Pradnyani, NIM 1917041141

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini dirancang untuk 1) menguji pengaruh dari kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan tenun ikat Sri Widhi di Klungkung, dan 2) menguji pengaruh dari kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan tenun ikat Sri Widhi di Klungkung. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif kausal. Ukuran sampel penelitian yang diambil sejumlah 100 informan ditentukan teknik *Accidental Sampling*. Responden penelitian ini merupakan pelanggan tenun ikat Sri Widhi. Instrumen yang diperlukan dalam pengumpulan data ialah kuesioner dan teknik analisis data yang dipergunakan yakni analisis regresi linier berganda. Hasil temuan inipun membuktikan bahwasanya (1) kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas produk (2) kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan (3) kepuasan pelanggan dipengaruhi secara bersamaan dipengaruhi oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Kata kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

*This study aims to 1) examine the effect of product quality and service quality partially on customer satisfaction at Sri Widhi Ikat in Klungkung, and 2) examine the effect of product quality and service quality simultaneously on customer satisfaction at Sri Widhi Ikat in Klungkung. This type of research is causal quantitative research. The size of the research sample taken by 100 respondents was determined by accidental sampling technique. The respondents of this research were customers of Sri Widhi's woven fabrics. The instrument used in data collection is a questionnaire. The data analysis technique used is the classical assumption test, multiple linear regression analysis, determination test, partial significance test (*t test*), and simultaneous significance test (*F test*). The results showed (1) product quality had a positive and significant effect on customer satisfaction (2) service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction (3) product quality and service quality had a simultaneous effect on customer satisfaction.*

Keywords: product quality, service quality, customer satisfaction.