

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ROTI BOOX SINGARAJA

Oleh

Ni Putu Amanda Ridiantari, NIM 2217041269

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi

ABSTRAK

Penelitian ini didasarkan pada adanya fluktuasi penjualan serta masih ditemukannya ketidakpuasan pelanggan terhadap konsistensi kualitas produk pada Roti Boox Singaraja. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui sejauh mana Kualitas Produk dan Persepsi Harga dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Roti Boox Singaraja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif atau eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Roti Boox Singaraja, dengan jumlah sampel sebanyak 140 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang diukur menggunakan skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Persepsi harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan serta semakin sesuai persepsi harga yang dirasakan pelanggan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Persepsi Harga merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pelaku usaha disarankan untuk menjaga konsistensi kualitas produk melalui standarisasi bahan baku, proses produksi, serta penerapan standar operasional prosedur (SOP) guna meminimalkan kesalahan dalam pelayanan. Selain itu, harga perlu dikelola secara tepat agar tetap sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima pelanggan sehingga dapat mendorong kepuasan dan pembelian ulang secara berkelanjutan.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, kualitas produk, persepsi harga

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE PERCEPTION ON CUSTOMER SATISFACTION AT ROTI BOOX SINGARAJA

By

Ni Putu Amanda Ridiantari, NIM 2217041269

Management Department, Faculty of Economy

ABSTRACT

This research is based on the existence of sales fluctuations and the continued discovery of customer dissatisfaction with the consistency of product quality at Roti Boox Singaraja. Therefore, it is important to determine the extent to which Product Quality and Price Perception can influence the level of customer satisfaction. This study aims to analyze the influence of Product Quality and Price Perception on Customer Satisfaction at Roti Boox Singaraja. This study uses a quantitative approach with an associative or explanatory research design. The population in this study were Roti Boox Singaraja customers, with a sample of 140 respondents selected using a purposive sampling technique. Data collection was carried out through distributing questionnaires measured using a Likert scale. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis with the help of the SPSS program. The results of the study indicate that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Price perception also has a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, Product Quality and Price Perception have a significant effect on customer satisfaction. This indicates that the better the product quality provided and the more appropriate the price perception felt by customers, the higher the level of customer satisfaction. The implications of this study indicate that Product Quality and Price Perception are important factors that need to be considered in efforts to improve customer satisfaction. Therefore, businesses are advised to maintain consistent product quality by standardizing raw materials and production processes, as well as implementing standard operating procedures (SOPs) to minimize service errors. Furthermore, pricing must be managed appropriately to ensure it aligns with the quality and benefits received by customers, thus encouraging satisfaction and continued repeat purchases.

Keywords: *customer satisfaction, price perception, product quality*