ABSTRAK

Pada masa sekarang ini, persaingan teknologi semakin ketat sehingga harga, merek, dan kualitas produk mempunyai peranan yang cukup penting dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup badan usaha. Begitu pula seperti halnya yang dialami oleh baterai ABC yang merupakan salah satu produk yang ikut dalam persaingan. Sehingga harga, merek dan kualitas produk baterai ABC diharapkan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden di Surabaya Timur yang kemudian diolah dengan teori-teori dan metode pengujian yang relevan, yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana peranan harga (X_1), merek (X_2), dan kualitas produk (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Analisa yang digunakan adalah analisa regresi berganda dengan uji t dan uji F yaitu untuk mengetahui variabel secara simultan dan secara parsial dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Dari perhitungan regresi dihasilkan: $Y = 0,107 + 0,330\ X_1 + 0,295\ X_2 + 0,360\ X_3$

Melalui hasil pengujian regresi linier berganda diatas untuk hasil perhitungan dengan menggunakan uji simultan (uji F) dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan nilai F_{hitung} sebesar 37,95 dan F_{tabel} sebesar 2,68. Dalam hubungan secara simultan ini dihasilkan koefisien determinasi (R^2) yang menggambarkan bahwa ketiga variabel bebas yaitu harga (X_1), merek (X_2), dan kualitas produk (X_3) menunjukan adanya pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 54,3% sedangkan sisanya 454,7 % disebabkan oleh faktor-faktor lain.

Sedangkan pengujian parsial menggunakan uji T (T test) pada karyawan menghasilkan T_{tabel} sebesar 1,98 sedangkan T_{hitung} sebesar untuk variabel 5,166, variabel merek (X_2) sebesar 4,548, variabel kualitas produk (X_3) sebesar 5,019. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X_1), merek (X_2), dan kualitas produk (X_3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.