

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, LAYANAN PURNA JUAL, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Indihome Telkom Witel Kudus)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi harga, layanan purna jual, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan di Telkom Witel Kudus. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berlangganan indihome di Kabupaten Kudus, karena populasi jumlahnya sangat banyak maka penelitian ini mengambil sampel dengan jumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu, yaitu orang yang berlangganan produk Indihome di kabupaten kudus selama 1 bulan yang berusia minimal 17 tahun. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, dengan kuesioner sebagai instrumen dalam penelitian. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji F, uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*), uji t, yang kemudian diolah dengan perhitungan SPSS (*Statistical Product and Solutions*) versi 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, layanan purna jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Persepsi Harga, Layanan Purna Jual, Promosi, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

PENGARUH PERSEPSI HARGA, LAYANAN PURNA JUAL, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Indihome Telkom Witel Kudus)

The study aims to examine and analyze the effect of price perception, after sales service, and promotion on customer satisfaction at Telkom Witel Kudus. The population is Indihome's customer in Kudus Regency, because the population is very large, this study take a sample of 100 respondents. The sampling technique in this study uses purposive sampling, namely the technique of determining samples with certain criteria, which is Indihome's subscriber who subscribe minimum for 1 month. The data used in this study takes a primary data, with a questionnaire as a research instrument. The analytical tool used is multiple linear regression, validity test, reliability test, F test, coefficient of determination test (Adjusted R Square) , which is then processed by calculation of SPSS (Statistical Product and Solutions) version 21. The results showed that price perception has a positive and significant effect on customer satisfaction, after sales service has a positive and significant effect on customer satisfaction, promotion has a positive effect and significant on customer satisfaction.

Keyword : Price Perception, After sales service, Promotion, Customer Satisfaction.