

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN PRODUK HERBALIFE BAGI KESEHATAN**

Luluk Nur Kamilah

17.05.51.0026

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan produk herbalife bagi kesehatan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk herbalife bagi kesehatan, karena populasi ini jumlahnya sangat banyak maka penelitian ini mengambil sampel dengan jumlah 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu yaitu dengan pelanggan yang sudah pernah membeli atau mengkonsumsi produk herbalife selama 3 bulan. Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda, uji validitas, uji reabilitas, uji F, uji koefisien determinan ( $R^2$ ), dan uji t dengan kuesioner sebagai uji penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk herbalife bagi kesehatan yang dengan nilai persepsi harga, kualitas produk, dan kepercayaan dengan signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ) dengan demikian dapat dikatakan bahwa persepsi harga, kualitas produk dan kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** persepsi harga, kualitas produk, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan.

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, AND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION HERBALIFE PRODUCTS FOR HEALTH**

Luluk Nur Kamilah

17.05.51.0026

*This study aims to determine and explain the effect of price perception, product quality and trust on customer satisfaction of herbalife products for healthy. The population in this study are customers who buy herbalife products for healthy, because this population is very large, this study took a sample of 100 respondents using purposive sampling technique, which is a sampling technique with certain criteria, namely with customers who have already purchased or consumed the products. herbalife for 3 Months. The data analysis used was multiple linear regression, validity test, reliability test, F test, determinant coefficient test ( $R^2$ ), and t test with a questionnaire as a research test. The results showed that the effect of price perception, product quality and trust on customer satisfaction herbalife products for healthy with price perception value of, product quality and trustworthiness with a significance ( $0,000 < 0,05$ ). Thus it can be said that price perception, product quality, trust have a significant effect on customer satisfaction.*

**Keywords: price awareness, product quality, trust, customer satisfaction.**