

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen As_Store Semarang. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Instrumen Penelitian, Uji Determinasi (R^2), Uji F, Uji t, Uji Regresi. Terdapat 3 hipotesis yang di uji dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara persial kualitas layanan, kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : **Kualitas layanan, Kualitas produk, Persepsi harga, Kepuasan konsumen**

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality, product quality and price perception on customer satisfaction. The population in this study is As_Store Semarang consumers. The sampling technique used was purposive sampling with 100 respondents. The data collection method uses a questionnaire. The analysis used in this study is the Research Instrument Test, Determination Test (R^2), F Test, t Test, Regression Test. There are 3 hypothesis tested in this research. The result indicate that service quality, product quality, and price perception have positive and significant effect toward customer satisfaction partially.

Keywords: Service quality, Product quality, Price perception, Customer satisfaction.