

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan di bidang penyedia layanan jasa Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang semakin marak dengan banyaknya AMDK lain yang bermunculan. Fenomena ini mendorong setiap perusahaan untuk meningkatkan standar pelayanannya maupun produknya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis, juga data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap 125 pelanggan AMDK Jawa Tirta di Kota Semarang dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*, setelah itu dilakukan analisis data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif. Analisis Kuantitatif meliputi : Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda, pengujian hipotesis melalui Uji t dan Uji F, serta analisis Koefisien Determinasi (R^2).

Data - data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,279X_1 + 0,311X_2 + 0,167X_3$$

Dimana variabel Kepuasan Pelanggan (Y), variabel Kualitas Produk (X_1), variabel Kualitas Layanan (X_2) dan variabel Persepsi Harga (X_3). Pengujian hipotesis menggunakan Uji t menunjukkan bahwa tiga variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Kemudian melalui Uji F dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga memang layak untuk menguji variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,243 menunjukkan bahwa 24,3 persen variasi Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 75,7 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : kepuasan pelanggan, kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga.