ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas, harga terhadap nilai pelanggan rumah tangga di Semarang, implikasi nilai pelanggan, dan faktor yang mempengaruhi nilai pelanggan terhadap perasaan senang pelanggan rumah tangga di Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan rumah tangga di Semarang yang menjadi pelanggan PLN. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanngan rumah tangga di Semarang yang menjadi pelanggan PLN. Metode yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan teknik *Accidental Sampling*. Metode pengumpulan data yaitu kuesioner, wawancara.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas produk (X1) terhadap nilai pelanggan (Y1), terdapat pengaruh yang kurang positif antara kualitas layanan (X2) terhadap nilai pelanggan (Y1), terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel harga (X3)terhadap nilai pelanggan (Y1), terdapat pengaruh positif dan signifikan anatara variabel nilai pelanggan (Y1) terhadap perasaan senang pelanggan (Y2). Hal ini berarti hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah indikator variabel kualitas produk, ,harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai pelanggan. Saran yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu untuk meningkatkan nilai pelanggan PLN, harus meningkatkan kualitas produk, harga yang diterapkan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan agar perasaan senang pelanggan kepada PLN meningkat.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Nilai Pelanggan, Perasaan Senang Pelanggan.