

ABSTRAK

Fenomena yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah permasalahan kepuasan pelanggan pascabayar Indosat Ooredoo Kota Semarang yang dapat diketahui dari peningkatan data complain pelanggan dan masih rendahnya persepsi mutu pelayanan layanan pascabayar Indosat Ooredoo Kota Semarang yang dapat diketahui dari posisi Indosat di posisi ketiga. Berdasarkan riset gap, pada penelitian terdahulu masih terdapat perbedaan hasil penelitian antara pengaruh persepsi kualitas produk dan harga terhadap persepsi mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan sehingga pernyataan penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan produk layanan pascabayar Indosat Ooredoo Kota Semarang. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk dan harga terhadap persepsi mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan Pascabayar Indosat Ooredoo Kota Semarang.

Populasi yang dipilih pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan pascabayar Indosat Ooredoo Kota Semarang. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 121 pelanggan pascabayar Indosat Ooredoo Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *accidental sampling*. Metode pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling*.

Berdasarkan penelitian, persepsi kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap persepsi mutu pelayanan, persepsi mutu pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sedangkan persepsi kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal pengujian *fit* model, menyatakan bahwa model memiliki *fit* yang baik. Sehingga dari hal ini dapat disimpulkan bahwa model memiliki *fit* yang cukup baik untuk memprediksi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : persepsi kualitas produk, harga, persepsi mutu pelayanan, kepuasan pelanggan.