

DICKY HERMAWAN DIDIPU. NPM : 91511404122156. **Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.** Di bimbing oleh Bapak Adolf O.S Lubalu dan Ibu Tabita R.Matana.

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan konsumen Pada Sentral Alumunium Poso. Sampel sebanyak 38 orang dengan teknik *Stovin* yang digunakan adalah pelanggan Sentral Alumunium Poso dalam enam bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *Stovin*.

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan hasil presepsi kualitas produk tidak signifikan dari  $0,011 > 0,05$ . Layanan mempunyai pengaruh signifikan dan sinifikansi dari  $0,000 < 0,05$ . Nilai t hitung variabel presepsi kualitas produk 0,459 dengan signifikansi sebesar  $0,650 > 0,05$ . Dengan persamaan regresi  $Y = 1,573 + 0,055X1 + 0,813X2$ . Hasil uji F menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk dan layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai F hitung sebesar 348,152 dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Koefisien determinasi  $R^2$  yang diperoleh sebesar 0,953. Hal ini berarti 95,3% kepuasan konsumen ditentukan oleh variabel persepsi kualitas produk dan layanan, sisanya yaitu 4,7% ditentukan oleh variabel lain.

**Kata Kunci :** Persepsi Kualitas Produk, Layanan, Kepuasan Konsumen.



**DICKY HERMAWAN DIDIPU**. NPM: 91511404122156. *The Influence of Product Quality Perception and Service toward Customer's Satisfaction*. Supervised by Adolf O.S. Lubalu and Tabita R. Matana.

#### ABSTRACT

The objective of this research is to find out the influence of product quality perception and service toward customers' satisfaction at Poso Sentral Aluminium. The sample is 38 customers and they are Poso Sentral Aluminium Poso Customer in the past six months and taken by using slovin technique.

The result of the research shows that product quality perception is not significant from  $0,061 > 0,05$ . Service has significant influence from  $0,000 < 0,05$ . The value of t count of product quality perception variable is 0,459 with significant  $0,650 > 0,05$ . The regression equation  $Y = 1,573 + 0,055X_1 + 0,813X_2$ . The result of F test shows that product quality perception and service simultaneously have significant influence toward customers' satisfaction, the value of F count is 348,152 with the significant  $0,000 < 0,05$ . Determination coefficient  $R^2$  which is obtained is 0,953. It means that 95,3% of customers' satisfaction is determined by the variable of product quality perception and service, the rest 4,7% is determined by other variable.

**Keywords:** *Product Quality Perception, Service, Customers' Satisfaction*