

**PENGARUH KEPERCAYAAN KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BUNGA AGLO DI
KECAMATAN PEKALONGAN**

ABSTRAK

Ahmad Reza Dwi Wicaksono , Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bunga Aglo di kecamatan Pekalongan 1) Dr. Febriyanto, S.E, M.M., (2)Nani Septiana,S.E.,M.M

Setiap bisnis menghadapi persaingan sengit di era perdagangan bebas. Perusahaan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan karena semakin banyaknya pesaing dan semakin ketatnya persaingan. Mereka juga harus berusaha melebihi harapan pelanggan dengan memberikan layanan yang lebih memuaskan daripada yang ditawarkan oleh pesaing

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Apakah terdapat pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan? 2) Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap Kepuasan Pelanggan? 3) Apakah terdapat pengaruh harga terhadap Kepuasan Pelanggan? 4) Apakah variabel Kepercayaan, kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan? Metode survei dipilih sebagai sumber data primer. Metode survei fokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner atau angket. Dalam penelitian ini yang menjadi Berdasarkan perkiraan waktu dan keterbatasan penelitian, maka jumlah populasi diambil berdasarkan pada konsumen yang melakukan pembelian pada tanaman aglonema pada bulan desember sampai januari yaitu sebanyak 125 konsumen/Pembeli. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan 2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan 3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap Kepuasan Pelanggan. 4) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kepercayaan, kualitas produk dan harga terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan