

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
PRODUK *FURNITURE* OLYMPIC**

(STUDI KASUS PADA PT. PT CAHAYA SAKTI FURINTRACO)

Amelia Yunirman

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan furniture Olympic. Penelitian ini adalah penelitian diskriptif kuantitatif yang dilakukan di kota Depok. Dimensi Kualitas produk yang diuji adalah fitur, kehandalan, kesesuaian, daya tahan. Jenis penelitian ini adalah desain riset dengan sampel yang berjumlah 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Dengan menggunakan metode analisis regresi berganda dapat diketahui bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara bersama-sama secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga furniture Olympic berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Kata Kunci: furniture, kualitas produk,, persepsi harga, kepuasan pelanggan

**ANALYSIS OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER
SATISFACTION
OLYMPIC FURNITURE PRODUCTS**

(CASE STUDY IN. PT CAHAYA SAKTI FURINTRACO)

Amelia Yunirman

ABSTRACT

This research is aimed to analyze the effect of product quality and price on customer satisfaction of Olympic furniture. This research is a quantitative descriptive that was conducted in the city of Depok. Four dimensions of quality product that are being tested are feature, reliability, suitability, and durability. This research is a research design with a sample of 100 respondents using purposive sampling method. The analytical method used is multiple regression analysis. By using multiple regression analysis, it can be seen that the quality of the product and the price effect together in a positive and significant impact on customer satisfaction, it can be concluded that the quality of the product and the price of furniture Olympic positively and significantly impact customer satisfaction.

Keywords : furniture, product quality, price perceptions, customer satisfaction