

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *SERVICE* DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT INDOMOBIL TRADA NASIONAL – RADIN INTEN

Oleh:

Nur Rizky Putri Riyanto

NIM: 1719068

(Administrasi Bisnis Otomotif)

Kepuasan pelanggan merupakan hal utama dalam mempertahankan pangsa pasar serta dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan. Saat ini, Peneliti memperoleh permasalahan pada PT Indomobil Trada Nasional – Radin Inten sebagai perusahaan retail otomotif yang bergerak pada tiga kegiatan yaitu *Sales*, *Service* dan *Sparepart*. Selama 5 tahun terakhir PT Indomobil Trada Nasional – Radin Inten mengalami penurunan jumlah *service* hal tersebut berdampak pada jumlah keuntungan perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebab turunnya jumlah *service* pada periode 2017 – 2022. Dalam penelitian ini menggunakan variabel Kualitas Pelayanan *Service* dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan menggunakan metode regresi linear berganda. Di mana data yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 pelanggan yang telah melakukan *service* pada PT Indomobil Trada Nasional – Radin Inten. Data tersebut kemudian diolah dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil pengolahan data tersebut menunjukkan bahwa sebesar 36% variabel kualitas pelayanan *service* dan persepsi harga berkontribusi dalam variabel kepuasan pelanggan. Dalam uji T, kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dengan *p value* $0,000 < 0,05$. Namun, variabel persepsi harga tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dengan *p value* $0,232 > 0,05$. Dan untuk uji F yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dengan *p value* $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan *Service*, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan