

Customer Satisfaction Sim Card Service Users
(Study on Millennial Generation of Tri Simcard Service Users Who Are Active in North Gandaria)

By Muhammad Bukhari

Abstract

This research is a quantitative study that aims to determine the effect of price, product quality and service quality on customer satisfaction. The population in this study was Tri simcard customers in North Gandaria. The sample size was taken as many as 75 respondents, with a non-probability sampling method with a purposive sampling method. Data collection was carried out through questionnaires. The analysis technique used is the PLS (Partial Least Square) analysis method with SmartPLS3.0 software. The results of this study indicate that (1) Price has a positive and significant effect on customer satisfaction with a path coefficient of 0.487 (2) product quality has a negative and not significant effect on customer satisfaction with a path coefficient of -0.077 (3) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with a path coefficient of 0.678

Keywords: Price, Product Quality, Quality Service, and Costumer Sastisfaction

Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Sim Card (Studi Pada Generasi Milenial Pengguna Jasa Simcard Tri Yang Beraktifitas Di Gandaria Utara)

Oleh Muhammad Bukhari

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan simcard Tri di Gandaria Utara. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode pengambilan sampel *non probability sampling* dengan metode sampel *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan *software SmartPLS3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai besaran koefisien jalur sebesar 0,487. (2) kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,077. (3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,678.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan