

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TENTANG HARGA JUAL PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KOPERASI MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG TAHUN 2010

Oleh

Desi Nofitasari

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan manfaat yang dirasakan dengan harapan yang dimilikinya. Bagi sebuah perusahaan seperti Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung sangatlah penting untuk memperhatikan apa yang menjadi harapan dan cita-cita konsumennya dalam berbelanja. Banyak faktor yang diduga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, diantaranya persepsi konsumen tentang harga jual produk dan kualitas pelayanan.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1). Untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen tentang harga jual produk terhadap kepuasan konsumen , (2). Untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, (3). Untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen tentang harga jual produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung tahun 2010. Populasi dari penelitian ini adalah Konsumen Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung yang jumlah rata-rata

perharinya 140 orang. Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* dengan *accidental sampling* (sampling kebetulan) dan diambil 100 orang sebagai responden yang akan mengisi angket.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif, dengan pendekatan *ex post facto* dan metode survey. Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, menunjukkan:

1. Ada pengaruh persepsi konsumen tentang harga jual produk terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung tahun 2010, yang ditunjukkan dengan hasil regresi linier sederhana $r^2 = 0,259$ pada taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan analisis data diperoleh $t_{hitung} = 5,855$ sedangkan $t_{tabel} = 1,984$, ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$.
2. Ada pengaruh kualitas pelayanan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung tahun 2010, yang ditunjukkan dengan regresi linier sederhana $r^2 = 0,177$ pada taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan analisis data diperoleh $t_{hitung} = 4,592$ sedangkan $t_{tabel} = 1,984$, ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$.
3. Ada pengaruh persepsi konsumen tentang harga jual produk dan kualitas pelayanan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung tahun 2010, yang ditunjukkan dengan *regresi linier multiple* diperoleh $R^2 = 0,372$ pada taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan analisis data diperoleh $F_{hitung} = 28,709$ sedangkan $F_{tabel} = 3,090$, ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$.