

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, INOVASI PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (SURVEI PADA KALANGAN PENERIMA BBM INDUSTRI DI WILAYAH LAMPUNG)

**Oleh
Delina Destantina Tadsuri**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, inovasi produk dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode survei dan teknik analisis regresi sederhana. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti yaitu responden atau perusahaan pengguna BBM Industri di Wilayah Lampung. Analisis data dengan cara: mengelompokkan data berdasarkan variable dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variable dari seluruh responden, menyajikan data tiap variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Dari penelitian dapat diketahui : (1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pengguna BBM Industri di wilayah Lampung (2) Persepsi Harga Berpengaruh Positif terhadap kepuasan pengguna BBM Industri di wilayah Lampung (3) Inovasi produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen pengguna BBM Industri di Wilayah Lampung, dan (4) Kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pengguna BBM industri di wilayah Lampung dari hasil penelitian belum melakukan sinergi kolaborasi. Rekomendasi penelitian: Diharapkan kedepanya PT. Pertamina (*Persero*) dapat bersaing dengan kompetitor lainnya dalam mempertahankan konsumen loyal khususnya dalam hal inovasi, pihak swasta mampu memanfaatkan dari segi kemajuan teknologi misalnya melakukan inovasi pelayanan purna jual terkait dengan kendala-kendala yang dialami oleh konsumen pengguna akhir/ Industri.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Persepsi harga, Inovasi produk, Kepercayaan Konsumen, dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION, PRODUCT INNOVATION AND CONSUMER CONFIDENCE ON CONSUMER SATISFACTION (SURVEY ON INDUSTRIAL FUEL RECIPIENTS IN THE LAMPUNG REGION)

By
Delina Destantina Tadsuri

The purpose of this study is to find out how much influence service quality, price perception, product innovation and consumer confidence in consumer satisfaction. This research uses a quantitative approach, with survey methods and simple regression analysis techniques. The data used in this study is primary data obtained directly from the object under study, namely respondents or companies that use Industrial Fuel in the Lampung Region. Data analysis by: grouping data by variables and types of respondents, tabulating data based on variables from all respondents, presenting data on each variable studied, performing calculations to answer problem formulations and performing calculations to test hypotheses that have been proposed. From the research, it can be seen: (1) The quality of service has a positive effect on consumer satisfaction of Industrial Fuel users in the Lampung area (2) Price Perception Has a Positive Effect on the satisfaction of Industrial Fuel users in the Lampung area (3) Product innovation has a positive effect on Consumer Satisfaction of Industrial Fuel users in the Lampung Region, and (4) Consumer confidence has a positive effect on consumer satisfaction of industrial fuel users in the Lampung area from the results of the research has not carried out collaborative synergy. Research recommendations: It is expected that in the future PT. Pertamina (*Persero*) can compete with other competitors in maintaining loyal consumers in terms of innovation, the private sector is able to take advantage in terms of technological advances, for example, innovating after-sales services related to the obstacles experienced by end-user consumers / industries.

Keywords: Quality of service, Price Perception, Product Innovation, Consumer Trust, and Consumer Satisfaction