

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh harga, kualitas produk, dan fasilitas fitur terhadap kepuasan pelanggan smartphone samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area. Jenis penelitian ini adalah asosiatif kausal. Populasi dan sampel penelitian ini adalah mahasiswa – mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area yang masih aktif dan menggunakan *smartphone Samsung*. Sampel ditentukan dengan metode purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 76 responden. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah , harga, kualitas produk, fasilitas fitur dan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Jenis data yang digunakan kuantitatif dan kualitatif serta sumber data berasal dari data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis menggunakan koefisien determinasi (R^2), uji-t secara parsial, uji-F secara simultan dengan signifikansi 5%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel X1, X2, dan X3, yaitu harga, kualitas produk, dan fasilitas fitur berpengaruh secara signifikan terhadap, kepuasan pelanggan. Kemampuan prediksi dari ketiga variabel independen tersebut terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 37,4% sedangkan sisanya sebesar 62,6 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Fasilitas fitur dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The study aims to conduct an empirical test regarding the effect of cost, product quality and features towards customer satisfaction of Samsung smartphone among students of Faculty of Economy and business in University Medan Area. As the causal associate research, the study determines the population of the study are all of active students at Faculty of Economy and business in University Medan Area. Then by utilizing the purposive sampling method, 76 respondents are assigned as the total sample of study. Cost, product quality and features were acted as the independent variables whereas the customer satisfaction acted as the dependent variable. The data types of the research are both qualitative and quantitative, and data are obtained from the primary and secondary data. The data technique analysis employs the multiple regression analysis, classic assumption test, coefficient of determination (R^2) for the hypothesis test, partial t-test, and F-test simultaneously with 5% of significance value. The result highlights that variable of X1, X2, and X3, which are cost, product quality and features are significantly influencing the dependent variable simultaneously. Based on the coefficient of determination (R^2), all of the independent variables have the prediction ability towards customer satisfaction as much as 37.4%. However, a total 62.6% other factors were not included in research model.

Keywords: Cost, Product Quality, Features, Customer Satisfaction.