

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
SALON FIFIT MARISSA HIANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Disusun Oleh:**

**SITI NURHALIZA  
NPM : 1910061201207**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SUNGAI PENUH  
2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
SALON FIFIT MARISSA HIANG**

SITI NURHALIZA

Pembimbing: Dr.INDRA BUDAYA,S.E.,M.M

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang secara parsial dan berapa besar pengaruhnya. 2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang secara parsial dan berapa besar pengaruhnya. 3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang secara parsial dan berapa besar pengaruhnya. 4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang secara simultan dan berapa besar pengaruhnya. Metodologi penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Hasil Penelitian yaitu; 1. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang yang dibuktikan dengan nilai thitung lebih kecil dari nilai ttabel dan besar pengaruhnya hanya 4,63%. 2. Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang yang dibuktikan dengan nilai - thitung lebih besar dari nilai -ttabel dan besarnya pengaruh adalah -1,37%. 3. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang yang dibuktikan dengan nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel dan besar pengaruhnya adalah 14,70%. 4. Secara parsial kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen salon Fifit Marissa Hiang yang dibuktikan dengan nilai Fhitung lebih besar dari nilai Ftabel dan besar pengaruhnya adalah 18%.

***Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan.***

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND SERVICE  
QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION  
SALON FIFIT MARISSA HIANG**

SITI NURHALIZA

Advisor : Dr. INDRA BUDAYA,S.E.,M.M  
Management Study Program

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

**ABSTRACT**

*This study aims to find out: 1. To determine the effect of product quality on consumer satisfaction of Fifit Marissa Hiang salon partially and how much influence it has. 2. To find out the effect of price on consumer satisfaction of Fifit Marissa Hiang salon partially and how much it influences. 3. To find out the effect of service quality on customer satisfaction of Fifit Marissa Hiang salon partially and how much influence it has. 4. To determine the effect of product quality, price and service quality on consumer satisfaction of Fifit Marissa Hiang salon simultaneously and how much influence. The research methodology used is with qualitative descriptive and quantitative descriptive approaches. The results of the study are; 1. Product quality does not affect customer satisfaction of Fifit Marissa Hiang salon as evidenced by the tcount value is smaller than the ttabel value and the magnitude of the effect is only 4.63%. 2. Price has no effect on customer satisfaction of Fifit Marissa Hiang salon as evidenced by the -tcount value greater than the -ttabel value and the magnitude of the influence is -1.37%. 3. The quality of service affects the customer satisfaction of Fifit Marissa Hiang salon as evidenced by the calculated value greater than the ttabel value and the magnitude of the effect is 14.70%. 4. Partially, product quality, price and service quality affect customer satisfaction of Fifit Marissa Hiang salon, as evidenced by the Fcalculate value greater than the Ftabel value and the magnitude of the effect is 18%.*

**Keywords: Product Quality, Price, Service Quality, Satisfaction.**