

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN HARGA SERTA KUALITAS  
PRODUK GALVALUM  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA CV. MITRA KONTRUKSI DI LUMAJANG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen



**Kusnul Quluk**

NIM. 214121670

**PROGRAM SARJANA STRATA I  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
WIDYA GAMA LUMAJANG**

**2018**

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN HARGA SERTA KUALITAS  
PRODUK GALVALUM  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PADA CV. MITRA KONTRUKSI DI LUMAJANG**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* dan harga serta kualitas produk Galvalum terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Mitra Kontruksi di Lumajang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan assosiatif yang bersifat kausal atau penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih dan bersifat sebab akibat. Sampel yang diambil adalah 60 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah sampel random sederhana (*simple random sampling*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial maka *word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan *word of mouth* dan harga serta kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Galvalum pada CV. Mitra Kontruksi di Lumajang. Fungsi regresi linier berganda yang dihasilkan adalah  $Y = 18,695 + 0,091X_1 + 0,315X_2 - 0,066X_3 + e$ . Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 15,6% kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *word of mouth*, harga, dan kualitas produk, sedangkan sisanya yaitu 84,4% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti *word of mouth* dan harga serta kualitas produk sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sedangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya pada periode dan layanan internet yang berbeda.

**Kata Kunci : *Word Of Mouth*, Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan.**

**EFFECT OF WORD OF MOUTH AND PRICE AND GALVALUM  
PRODUCT QUALITY  
ON CUSTOMER SATISFACTION  
ON CV. CONTRACT PARTNER IN LUMAJANG**

**ABSTRACK**

*This study aims to determine the effect of word of mouth and price and quality of Galvalum products on customer satisfaction in CV. Mitra Kontruksi in Lumajang. This research is a quantitative research by finding associative association that is causal or research that is asking about the relationship between two or more variables and causality. The sample taken is 60 people. Sample technique used is simple random sampling (simple random sampling). The results of this study indicate that partially the word of mouth has no significant effect on customer satisfaction, the price has a significant effect on customer satisfaction, and product quality has no significant effect on customer satisfaction. Simultaneously word of mouth and price and product quality have a significant effect to customer satisfaction Galvalum at CV. Mitra Kontruksi in Lumajang. The resulting multiple linear regression function is  $Y = 18.695 + 0.091X_1 + 0.315X_2 - 0.066X_3 + e$ . The result of determination coefficient shows that 15,6% of customer satisfaction can be explained by independent variable that is word of mouth, price, and product quality, while the rest is 84,4% customer satisfaction influenced by other variables not examined in this research. The limitation of this research is only to examine word of mouth and price and product quality as a factor influencing customer satisfaction, while other variables that can influence customer satisfaction are expected to be examined by next researcher in different period and internet service.*

**Keywords: Word Of Mouth, Price, Product Quality, Customer Satisfaction.**