

ABSTRAK

Ade sunandar. NIM 3402190161. Pengaruh Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan PT. Daya Anugrah Mandiri Ciamis). Dibawah bimbingan Ibu Elin Herlina,S.Pd., M.M., (Pembimbing I) dan Ibu Lia Yulia, S.T., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum optimalnya kepuasan pelanggan pada Daya Motor Ciamis yang dapat dilihat dari adanya beberapa pelanggan yang masih kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan serta masih adanya keluhan dari konsumen mengenai lamanya proses antri ketika servis padahal banyak montir yang melayani. Hal tersebut diakibatkan oleh belum optimalnya persepsi harga dan strategi penentuan lokasi. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Daya Motor Ciamis?; 2) Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Daya Motor Ciamis?; 3) Bagaimana pengaruh persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Daya Motor Ciamis?. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah Populasi dalam penelitian adalah konsumen Daya Motor Ciamis pada bulan Juli 2022 – Juni 2023 sebanyak 1.458 orang, ukuran sampel yang dipilih adalah sebanyak 94 orang, untuk pengambilan sampel digunakan teknik sampel dengan *simple random sampling*. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu studi kepustakaan, studi lapangan dan penyebaran angket. Dari hasil penelitian, dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut: 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Daya Anugrah Mandiri Ciamis. Artinya apabila persepsi harga sudah baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat; 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Daya Anugrah Mandiri Ciamis. Artinya apabila strategi penentuan lokasi sudah baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat; 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Daya Anugrah Mandiri Ciamis. Artinya apabila persepsi harga dan strategi penentuan lokasi sudah baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan maka sebaiknya pihak perusahaan lebih memperhatikan aspek harapan (*expectation*) yaitu dengan cara lebih meningkatkan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan keinginan konsumen melalui pemasaran produk yang berkualitas serta didukung dengan fitur-fitur yang canggih sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan