

ABSTRAK

Skripsi dengan judul " Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Cv. Biru Atma Jaya Di Desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung)" ini ditulis oleh Wahyu Prasetyo, NIM 126405211056, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, *Word of Mouth*, Kepuasan Pelanggan

Penelitian skripsi ini dilatarbelakangi oleh banyaknya toko print disekitar kampus UIN Tulungagung di desa Plosokandang Kecamatan Kedungwaru Tulungagung, yang menciptakan tantangan bagi Cv. Biru Atma Jaya Tulungagung dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya. Situasi persaingan yang ketat ini mendorong kebutuhan akan strategi inovatif untuk mengembangkan usaha serta meningkatkan penjualan dan keuntungan toko.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah: (1) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Cv Biru Atma Jaya?. (2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Cv Biru Atma Jaya?. (3) Apakah *word of mouth* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Cv Biru Atma Jaya?. (4) Apakah harga, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Cv. Biru Atma Jaya Tulungagung?

Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan skala yang digunakan skala likert. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden dengan teknik pengambilan data dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner. Penelitian menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji F, uji T dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Harga tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di CV. Biru Atma Jaya, tetapi kualitas produk, pelayanan, dan citra merek lebih berpengaruh. (2) Kualitas pelayanan (ketepatan waktu, keramahan, fasilitas, dan responsivitas) berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan. (3) *Word of Mouth* (rekomendasi langsung/media sosial) membentuk ekspektasi pelanggan dan memengaruhi kepuasan mereka. (4) Secara simultan, harga, kualitas pelayanan, dan *word of mouth* bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, meskipun harga sendiri tidak signifikan.

ABSTRACT

The Influence of Price, Service Quality, and Word of Mouth on Customer Satisfaction (Case Study: CV. Biru Atma Jaya in Plosokandang Village, Kedungwaru District, Tulungagung Regency). Author Wahyu Prasetyo, NIM 126405211056, Sharia Business Management Study Program, Department of Business and Management, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University of Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Supervisor: Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Keywords: Price, Service Quality, Word of Mouth, Customer Satisfaction

This thesis is motivated by the increasing number of printing shops around the UIN Tulungagung campus in Plosokandang Village, Kedungwaru District, Tulungagung. This competitive environment creates challenges for CV. Biru Atma Jaya in maintaining and increasing its market share. The tight competition drives the need for innovative strategies to develop the business and improve sales and profits.

The objectives of this study are: (1) Does price influence customer satisfaction at CV. Biru Atma Jaya?. (2) Does service quality influence customer satisfaction at CV. Biru Atma Jaya?. (3) Does word of mouth influence customer satisfaction at CV. Biru Atma Jaya?. (4) Do price, service quality, and word of mouth simultaneously influence customer satisfaction at CV. Biru Atma Jaya Tulungagung?

This research uses a quantitative approach with an associative type of research. The sampling technique used is non-probability sampling, and the measurement scale applied is the Likert scale. The data source is primary data, collected from 96 respondents through questionnaire distribution. The analysis includes validity test, reliability test, classical assumption tests, multiple linear regression, F-test, T-test, and coefficient of determination test.

The research findings are as follows: (1) Price does not significantly influence customer satisfaction at CV. Biru Atma Jaya; however, product quality, service, and brand image have a more substantial influence. (2) Service quality—including punctuality, friendliness, facilities, and responsiveness—positively affects customer satisfaction. (3) Word of mouth—both through direct recommendations and social media—shapes customer expectations and influences their satisfaction. (4) Simultaneously, price, service quality, and word of mouth significantly influence customer satisfaction, even though price alone is not significant.