



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
**UNIVERSITAS SYIAH KUALA**  
**UPT. PERPUSTAKAAN**

Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111  
Laman : <http://library.unsyiah.ac.id>, Email: [helpdesk.lib@unsyiah.ac.id](mailto:helpdesk.lib@unsyiah.ac.id)

---

## ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH

### TITLE

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN NILAI YANG DIRASAKAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (PADA PENGGUNA IPHONE DI KOTA BANDA ACEH)

### ABSTRACT

#### ABSTRAK

Abstrak Karya Akhir diserahkan kepada Panitia Komisi Ujian untuk mendapatkan Gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Syiah Kuala

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN DENGAN NILAI YANG DIRASAKAN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(Pada Pengguna iPhone Di Kota Banda Aceh)

Oleh:

MUHAMMAD RIVAI MAULANA  
NPM: 1701202010010

Konsentrasi: Manajemen Pemasaran

Pembimbing Pertama : Dr. Mukhlis, S.E., MS

Pembimbing Kedua : Dr. Permana Honeyta Lubis, M.M.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui nilai yang dirasakan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu quota sampling dengan jumlah responden sebanyak 90 pengguna iPhone di Kota Banda Aceh. Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Model (SEM). Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap nilai yang dirasakan; nilai yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan; kualitas produk dan harga secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun secara tidak langsung kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui nilai yang dirasakan. Dalam penelitian ini nilai yang dirasakan berperan sebagai mediasi sempurna antara pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Nilai Yang Dirasakan, dan Kepuasan Pelanggan.

#### ABSTRACT

Abstract of Final Paper submitted to the Examination Committee in partial fulfilment of the requirements for the degree of Master of Management on the Graduate Program of Syiah Kuala University

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON  
CUSTOMER SATISFACTION WITH PERCEIVED VALUE



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
**UNIVERSITAS SYIAH KUALA**  
**UPT. PERPUSTAKAAN**

Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111  
Laman : <http://library.unsyiah.ac.id>, Email: [helpdesk.lib@unsyiah.ac.id](mailto:helpdesk.lib@unsyiah.ac.id)

---

**AS MEDIATING VARIABLE**

(on iPhone Users in the City of Banda Aceh)

By:

MUHAMMAD RIVAI MAULANA  
NPM: 1701202010010

Specialization: Marketing Management

Supervisor : Dr. Mukhlis, S.E., MS  
Co-Supervisor : Dr. Permana Honeyta Lubis, M.M.

This research aimed to analyze the effect of product quality and price on customer satisfaction both directly and indirectly through perceived value. The sampling technique used was quota sampling with the size of respondents as many 90 iPhone Users in the City of Banda Aceh. Data analysis technique used was SEM (Structural Equation Model). The results showed that product quality and price have a significant effect on perceived value; perceived value has a significant effect on customer satisfaction; product quality and price directly not significantly effect customer satisfaction, but indirectly product quality and price significantly effect customer satisfaction through perceived value. In this research, perceived value acts as a perfect mediation between the effect of product quality and price on customer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Price, Perceived Value, and Customer Satisfaction.