



**PENGARUH PERSEPSI NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT AUTOMOBIL JAYA MANDIRI (AJM) WULING
MLATI YOGYAKARTA**

Inneke Chyntia Putri Jenri

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan PT AJM Wuling Mlati Yogyakarta. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi nilai pelanggan terhadap produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *accidental sampling* sejumlah 60 responden. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode koesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penaruh persepsi nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa di PT. Auotomobil Jaya Mandiri (AJM) Wuling Mlati Yogyakarta, dengan diperoleh nilai t hitung sebesar $7,323 < t$ tabel (2,042).

Kata Kunci: *Persepsi Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan*

 8/9 '21


THE EFFECT OF CUSTOMER VALUE PERCEPTIONS ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT AUTOMOBIL JAYA MANDIRI (AJM) WULING MLATI YOGYAKARTA

Inneke Chyntia Putri Jenri

Abstract

This study aims to analyze the effect of customer value perception on customer satisfaction at PT AJM Wuling Mlati Yogyakarta. One of the factors that influence customer satisfaction is the customer's perception of the value of the product or service provided by the company. The method used in sampling is accidental sampling of 60 respondents. Primary data collection is done by using a questionnaire method that has been tested for validity and reliability. The analysis in this study used simple linear regression analysis. The results of data analysis showed that there is a positive and significant influence between the influencers of customer value perceptions on customer satisfaction who use services at PT. Automobil Jaya Mandiri (AJM) Wuling Mlati Yogyakarta, with the obtained t value of $7,323 < t \text{ table } (2,042)$.

Keywords: *Customer Perceived Value, Customer Satisfaction*