

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen produk Consina Cabang Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Consina Cabang Surabaya, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang diperoleh dari rumus perhitungan sampel menurut pendapat Malhotra (2009:259). Penentuan sampling dilakukan secara *Accidental Sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil uji instrumen dan uji asumsi klasik menunjukkan bahwa seluruh variabel memenuhi kriteria kelayakan untuk melanjutkan pada proses pengolahan data. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil uji koefisien determinasi parsial dapat diketahui bahwa kualitas produk merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen produk Consina Cabang Surabaya. Hal tersebut dapat diketahui dari nilai koefisien determinasi parsial variabel kualitas produk lebih besar dari variabel harga.

Kata kunci : kualitas produk, promosi, harga, kepuasan konsumen.

ABSTRACT

This research is aimed to find out the influence of product quality, promotion, and price to the consumer satisfaction of product at Consina Cabang Surabaya. The population is all consumer who have ever purchased the product at Consina Cabang Surabaya, and 100 respondents have been selected as samples. The determination of the amount of the samples has been done by using formula Malhotra (2009:259). The sampling methods has been done by using Accidental Sampling. The analysis method has been done by using the multiple linier regressions and the spss program 22 version.

The results of the instrument test and classic assumption test that variables are free. there are variables which can be used in this research. Based on the result of the Individual Parameter significant test indicates that product quality and price have significant influence to the consumer satisfaction, and promotion have not significant to the consumer satisfaction.

The result of partial determination coefficient test indicates that the most dominant variable is product quality. This can be measured by using the value of partial determination coefficient which shows that product quality is larger than other variables such as price.

Keywords : product quality, promotion, price, consumer satisfaction.