

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Sherina Muharami Sabri¹, Dahliana Kamener²

Program Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : sherinamuharami1@gmail.com, dahlianakamener@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh motivasi harga, kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Sampel pada penelitian ini yaitu seseorang yang telah melakukan pembelian di Ms Glow Shinta, yang berjumlah sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah simple purposive sampling. Metode analisa data dalam penelitian ini menggunakan SPSS dan SEM PLS. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

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

Abstract

This study aims to examine the influence of price motivation, product quality, and promotion on consumer satisfaction. The data collection method used in this research is a questionnaire survey. The sample consists of individuals who have made a purchase at Ms Glow Shinta, totaling 100 respondents. The sampling technique used in this study is simple purposive sampling. The data analysis methods applied in this research are SPSS and SEM-PLS. The results indicate that price has a significant effect on consumer satisfaction, while product quality does not have a significant effect on consumer satisfaction, and promotion has no effect on consumer satisfaction.

Keywords: price, product quality, promotion, consumer satisfaction