

## ABSTRAK

Charles Jonathan Manalu, 2024 : Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Wedrink Sukaberenang  
Dosen Pembimbing: Hj. Iranita, SE., M.Si dan Kiki Wulandari, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan faktor Kualitas Produk, Harga dan Promosi mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Wedrink Sukaberenang. Populasi yang digunakan adalah pelanggan yang melakukan pembelian produk Wedrink Sukaberenang lebih dari 2 kali yang menjadi konsumen Wedrink Sukaberenang. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden, dengan menggunakan metode teknik Accidental Sampling. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda yang meliputi uji t, uji F dan determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Promosi ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). Hasil uji F diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 7,495 dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,699 yang mengidentifikasi bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan Promosi ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). Berdasarkan uji koefisien determinasi sebesar 64,2%, Variabel Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Promosi ( $X_3$ ). Sisanya sebesar 35,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Harga, Promosi, Kepuasan Konsumen

## **ABSTRACT**

Charles Jonathan Manalu, : *The Influence of Product Quality, Price, and Promotion on Consumer Satisfaction at Wedrink Sukaberenang*  
2024  
Mentors: Hj. Iranita, SE., M.Si and Kiki Wulandari, S.E., M.M

*This study aims to analyze and explain the factors of Product Quality, Price and Promotion have an influence on Consumer Satisfaction at Wedrink Sukaberenang. The population used is customers who purchased Wedrink Sukaberenang products more than 2 times who became Wedrink Sukaberenang consumers. This research used a sample of 100 respondents, using the accidental sampling technique method. This type of research is quantitative research. The questionnaire was tested for validity and reliability. Data analysis uses multiple linear regression analysis which includes the t test, F test and determination (R<sup>2</sup>). The research results show that partially the variables Product Quality (X1), Price (X2), and Promotion (X3) have a significant effect on Consumer Satisfaction (Y). The results of the F test obtained an Fcount value of 7.495 with an Ftable value of 2.699 which identified that the variables Product Quality (X1), Price (X2), and Promotion (X3) simultaneously had a significant effect on the Consumer Satisfaction variable (Y). Based on the coefficient of determination test, amounting to 64.2%, the Consumer Satisfaction Variable (Y) is influenced by the Product Quality (X1), Price (X2) and Promotion (X3) variables. The remaining 35.8% is influenced by factors not included in this research model.*

**Keywords:** *Product Quality, Price, Promotion, Consumer Satisfaction*