

ABSTRACT

This study aims to assess the effect of product, price, promotion and distribution jointly on customer satisfaction. The population in this study is that customers who buy products at the outlet Privacy Filter 3M Privacy Filter Ambassador Mall, Offices BII Plaza Building, and BRI Setiabudi Building are located in Jakarta. The variables in this study consisted of independent variables (product, price, promotion and distribution) and the dependent variable (customer satisfaction).

Respondent data were collected using questionnaire. Total number of 80 respondent were obtained. Validity and reliability of test are used. Data analysis was performed using multiple linear regression, the F-test and t-tests to test the effect of independent variables on the dependent variable. (1) Based on the results of regression analysis found that: product, price, promotion, and distribution channels have a significant influence on consumer satisfaction, (2) together product, price, promotion, and distribution channel have a significant influence on consumer satisfaction). Consumers who are satisfied will be the means of delivering information effectively and efficiently for the next potential buyer. Thus, a company indirectly benefited by the delivery of information directly between the consumers

Key words: product, price, promotion, distribution and customer satisfaction



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh produk, harga, promosi, dan saluran distribusi terhadap kepuasan pelanggan *Screen Protector* merek Privacy Filter. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji dari variabel-variabel tersebut yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jenis penelitian ini adalah deskriptif, dengan populasi penelitian konsumen pembeli *Screen Protector* . Data sample penelitian 80 responden.

Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner, wawancara, dan studi dokumen. Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk mengukur setiap item variabel penelitian. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode statistik deskriptif untuk mendeskripsikan variabel penelitian dan teknik analisis regresi berganda, dengan F-test dan T-test untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.. Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh bahwa : (1) produk, harga, promosi, dan saluran distribusi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan ; (2) secara bersama-sama produk, harga,promosi, dan distribusi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Konsumen yang puas akan menjadi sarana penyampaian informasi yang efektif dan efisien bagi calon pembeli berikutnya. Dengan demikian, secara tidak langsung perusahaan memperoleh keuntungan dengan adanya penyampaian informasi secara langsung antara konsumen tersebut.

Kata kunci : produk, harga, promosi, distribusi dan kepuasan pelanggan



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA