

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN LE MINERALE DIKECAMATAN
AIR HANGAT TIMUR**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



DiSusun Oleh :
NURUL ANNISA
NPM :1810061201303

NAMA PEMBIMBING

Dr.GAMPO HARYONO, S.E.,M.M
NIDN : 0228078701

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH

2021

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN LE MINERALE
(Studi Kasus DiKecamatan Air Hangat Timur)**

NURUL ANNISA

Pembimbing Utama Dr.GAMPO HARYONO, S.E., M.M

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1). Sejauh mana pengaruh produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen dikecamatan air hangat timur secara parsial dan simultan. 2). Berapa besar pengaruh produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen dikecamatan air hangat timur secara parsial dan simultan.

Populasi dalam penelitian ini adalah Semua konsumen lee mineral dikecamatan air hangat timur yang tidak diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel adalah accidental sampling yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebutuhan yang mana semua anggota secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel dan didapatkan hasil sebesar 80 responden, alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda pada tingkat alpha 0,05.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial produk, harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan secara simultan produk, harga dan promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : Produk, Harga, Promosi, Kepuasan Konsumen

**THE INFLUENCE OF PRODUCTS, PRICE AND PROMOTION ON
CONSUMER SATISFACTION OF LEE MINERAL
(Casa Study In Kecamatan Air Hangat Timur)**

NURUL ANNISA

Main Supervisor Dr.GAMPO HARYONO, S.E., M.M

Study Program Manajemen

Sakti Alam Kerinci School Of Economics

ABSTRACT

This study aims to determine: 1). To what extent are the effects of product, price and promotion on consumer satisfaction in the East Air Warmer District partially and simultaneously. 2). How big is the influence of product, price and promotion on consumer satisfaction in the East Air Warmer District partially and simultaneously.

The population in this study were all consumers of Lee Mineral in the East Warm Water District, an unknown number. The sampling technique was accidental sampling, namely a need-based sampling technique in which all members coincidentally met with researchers to be sampled and the results obtained were 80 respondents. The data analysis tool used was multiple linear regression analysis at an alpha level of 0.05.

Based on the results of the study showed that partially product, price and promotion have a positive and significant effect on customer satisfaction, and simultaneously product, price and promotion have a positive effect on customer satisfaction.

Keywords: Product, Price, Promotion, Consumer Satisfaction