

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN AIR MINERAL
SERIA PADA PT.TALANG LINDUNG SAKTI DI
KECAMATAN KUMUN DEBAI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Disusun oleh:

HERI JUANDA

NPM : 1810061201093

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

2022

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN AIR MINERAL SERIA PADA PT. TALANG LINDUNG SAKTI DI KECAMATAN KUMUN DEBAI

Heri Juanda

Pembimbing Utama Edia Satria, S.E., M.M

Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Air Mineral Seria Pada PT. Talang Lindung Sakti di Kecamatan Kumun Debai secara parsial dan simultan serta besar pengaruhnya. Sampel penelitian ini adalah konsumen pada PT. Talang Lindung Sakti di Kecamatan Kumun Debai berjumlah 80 orang. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner atau angket. Alat analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif, Regresi Linear Berganda, Koefisien Determinasi serta uji hipotesis yang digunakan adalah Uji t dan Uji f. Hasil penelitian ini adalah Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen air minum dalam kemasan merek Seria, ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,390 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi = $0,001 < 0,050$ dengan besar pengaruh adalah 15,4%. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen air minum dalam kemasan merek Seria, ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,097 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,050$ dengan besar pengaruh adalah 23,3%. Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen air minum dalam kemasan merek Seria, ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,722 > 1,99167$) serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,050$ dengan besar pengaruh adalah 22,3%. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan konsumen air minum dalam kemasan merek Seria dapat dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($F_{hitung} > F_{tabel}$ ($39,631 > 2,72$) serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$) dengan besar pengaruh adalah 61%, Sedangkan sisanya 39% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci ; Kualitas Produk, Harga, Promosi, Kepuasan Konsumen

*INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND PROMOTION ON
CONSUMER SATISFACTION OF SERIA MINERAL WATER IN PT. TALANG
LINDUNG SAKTI IN DEBAI KUMUN REGENCY*

Heri Juanda

Main Supervisor Edia Satria, S.E., M.M

*Management Study Program
Sakti Alam Kerinci School of Economics*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, price and promotion on Seria Mineral Water Consumer Satisfaction at PT. Talang Lindung Sakti in Kumun Debai District partially and simultaneously and has a great influence. The sample of this research is consumers at PT. Talang Lindung Sakti in Kumun Debai District totaled 80 people. Collecting data using a questionnaire or questionnaire method. The data analysis tool used is descriptive analysis, multiple linear regression, coefficient of determination and hypothesis testing used is t test and f test. The results of this study that product quality has a significant effect on consumer satisfaction with Seria brand drinking water, this is evidenced by $t_{count} > t_{table}$ ($3.390 > 1.99167$) and with a significance value = $0.001 < 0.050$ with a large effect of 15.4%. Price has a significant effect on consumer satisfaction with Seria brand drinking water, this is evidenced by $t_{count} > t_{table}$ ($4.097 > 1.99167$) and with a significance value = $0.000 < 0.050$ with a large effect of 23.3%. Promotion has a significant effect on consumer satisfaction with Seria brand drinking water, this is evidenced by $t_{count} > t_{table}$ ($3.722 > 1.99167$) and with a significance value = $0.000 < 0.050$ with a large effect of 22.2%. Simultaneously there is a significant effect between Product Quality, Price and Promotion on Consumer Satisfaction with Seria brand drinking water, this can be proven by $F_{count} > F_{table}$ ($F_{count} > F_{table}$ ($39,631 > 2.72$) and with a significance value = $0.000 < 0.05$) with a large effect of 61%, while the remaining 39% is explained by other causal factors not examined in this study

Keywords ; Product Quality, Price, Promotion, Consumer Satisfaction