

ABSTRAK

FAIZAH, 18110066

**ANALISIS HARGA, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERDAHAP
KEPUASAN KONSUMEN DI PT. USAHA UTAMA BERSAUDARA**

Skripsi : Program Studi Administrasi Bisnis. 2022

Kata Kunci : Harga, Cita Merek, Promosi dan Kepuasan Konsumen

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga (X_1), Citra Merek (X_2) dan Promosi (X_3), Kepuasan Konsumen (Y). Pengambilan sampel dilakukan pada 97 responden PT. Usaha Utama Bersaudara. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik analisis data dengan regresi linier berganda. Menganalisis data sebelum melakukan pengujian kualitas data dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil dari penelitian menyatakan sebagai berikut : (1) Variabel harga (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) yang artinya harga yang ditawarkan sudah baik sehingga dapat menarik minat beli para konsumen, sehingga semakin baik lagi tawaran harga yang diberikan maka semakin kepuasan konsumen semakin meningkat. (2) Variabel citra merek (X_2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) yang artinya merek yang diciptakan belum dapat menimbulkan rasa kepuasan konsumen. (3) Variabel promosi (X_3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y) yang artinya promosi yang diberikan belum bagus sehingga belum dapat menimbulkan rasa kepuasan konsumen. (4) Secara simultan ketiga variabel bebas (Harga (X_1), Citra Merek (X_2), Promosi (X_3)) tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen (Y)) yang artinya harga, citra merek, dan promosi yang diberikan / ditawarkan perusahaan semakin baik maka kepuasan konsumen menjadi semakin baik juga.