

ABSTRAK

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN PRODUK TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN ONLINE**

Studi Kasus Pada Situs www.kaskus.co.id Sub Forum Jual Beli

Avianto Dwi Handoko
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2012

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh secara simultan harga, promosi, produk terhadap kepuasan konsumen pada pembelian online. (2) Pengaruh secara parsial harga, promosi produk, terhadap kepuasan konsumen pada pembelian online. (3) Faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen. Teknik pengumpulan data dengan menyebar kuesioner kepada konsumen. Populasi yang diteliti adalah konsumen yang pernah membeli produk online melalui situs www.kaskus.co.id sub forum jual beli. Sampel yang diteliti sejumlah 200 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive convenience sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji F dan Uji t. Berdasarkan data yang diperoleh analisis data bahwa: (1) Harga, promosi, produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (2) Harga, promosi, produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (3) Faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen adalah promosi.

Kata Kunci: harga, promosi, produk dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION AND PRODUCT
TOWARDS THE CONSUMER'S SATISFACTION OF ONLINE
SHOPPING**

A Case Study to Website www.kaskus.co.id at Purchase and Sell Sub Forum

AviantoDwiHandoko
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2012

This research aimed to know: (1) The simultaneous influence of price, promotion, product toward the consumers' satisfaction in the online shopping. (2) The partial influence of price, promotion, product toward the consumers' satisfaction in the online shopping. (3) The most dominant factor which affected consumers' satisfaction. Data gathering technique was by using questionnaire to consumers. The populations were the consumers who had bought online products in www.kaskus.co.id at the purchase and sale sub forum. The samples consisted of 200 respondents. The sampling technique of this research was purposive convenience sampling. The data analysis technique of this research was Classical Assumption Test, Double Regression Linear Analysis, F Test and T Test. The data analysis showed that: (1) Price, promotion, product simultaneously affected the consumers' satisfaction. (2) Price, promotion, product partially affected the consumers' satisfaction. (3) The most dominant factor that affected consumers' satisfaction was the promotion.

Key Words: price, promotion, product and consumers' satisfaction