

ABSTRAK

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS, HARGA, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK AQUA**

Chandra Wahyu Pradana
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta, 2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas, harga, dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen produk Aqua. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang pernah mengonsumsi Aqua minimal 1 kali. Teknik analisis data yang digunakan untuk pengujian hipotesis adalah uji F (simultan), uji t (parsial), dan regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah : 1). Promosi, kualitas, harga, dan *brand image* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. 2) promosi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. 3) kualitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. 4) harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen 5) *brand image* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: promosi, kualitas, harga, *brand image*, kepuasan konsumen

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PROMOTION, QUALITY, PRICE, AND THE BRAND IMAGE ON THE SATISFACTION OF AQUA CONSUMERS PRODUCTS

Chandra Wahyu Pradana
Sanata Dharma University
Yogyakarta, 2018

The aim of this research is to find out the influence of promotion, quality, price, and brand image on customer satisfaction of Aqua mineral drinking water products. The Sampling technique used in this research is Purposive Sampling. Respondents in this research are 100 people who had experience on consumer Aqua mineral drinking water products at least once. The data analysis techniques used for hypothesis testing is F test (simultaneous), t test (partial), multiple Regresion Linear.

The result of this research is that : 1). Promotion, Quality, Price, Brand Image simultaneously influence the customer satisfaction. 2). Promotion partially influences the customer satisfaction 3). Quality partially influences the customer satisfaction 4). Price partially does not influence the customer satisfaction 5). Brand Image partially influences the customer satisfaction.

Keyword : Promotion, quality, price, brand image, customer satisfaction

