

ABSTRAK  
**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI PADA AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK LE  
MINERALE DI KABUPATEN TABANAN, BALI)**

Kadek Dita Pramana Putra  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh secara simultan harga, promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen AMDK Le Minerale, (2) pengaruh secara parsial harga terhadap kepuasan konsumen AMDK Le Minerale, (3) pengaruh secara parsial promosi terhadap kepuasan konsumen AMDK Le Minerale, (4) pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap kepuasan konsumen AMDK Le Minerale. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Tabanan. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan program Microsoft Excel 2019 dan SPSS versi 25. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa (1) harga, promosi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen AMDK merek Le Minerale. (2) harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen AMDK merek Le Minerale, (3) promosi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen AMDK merek Le Minerale, (4) kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen AMDK merek Le Minerale.

Kata Kunci: Harga, promosi, kualitas produk dan kepuasan konsumen

**ABSTRACT**  
**THE INFLUENCE OF PRICE, PROMOTION AND PRODUCT**  
**QUALITIES ON CONSUMER SATISFACTION**  
**(STUDY ON LE MINERALE BOTTLED WATER IN TABANAN**  
**DISTRICT, BALI)**

Kadek Dita Pramana Putra  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2021

This research aims to find out whether: (1) price, promotion and product quality have a simultaneous effect on consumer satisfaction, (2) prices influences consumer satisfaction, (3) promotions influences consumer satisfaction, (4) the product qualities influences consumer satisfaction of Le Minerale bottled water. The population of this study were people in Tabanan Regency who had consumed Le Minerale bottled water products at least three times. The sampling technique used is purposive sampling with 100 respondents. Data collection techniques using a questionnaire. The data analysis using Microsoft Excel 2019 and SPSS version 25 program. This research shows that (1) price, promotion and product quality influences simultaneously consumer satisfaction, (2) price has no influences on consumer satisfaction, (3) promotion has influences on consumer satisfaction, (4) product quality has influences on consumer satisfaction.

*Keywords: Price, promotion, product quality and consumer satisfaction*