

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TAS TAJUR TANPA MERK (Studi pada PT. Sumber Karya Indah)

THE EFFECT OF PRICE, PROMOTION AND LOCATION ON CUSTOMER SATISFACTION TAJUR BAG WITHOUT A BRAND (Study at PT. Sumber Karya Indah)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh harga, promosi dan lokasi baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen Tas Tajur Tanpa Merk (SKI) Bogor. Kuesioner di distribusikan kepada 75 responden yang di ambil dengan teknik *probability sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Tas Tajur Tanpa Merk (SKI) Bogor, sedangkan pengujian parsial harga tidak positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen tetapi promosi dan lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Faktor dasar yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen adalah promosi.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Lokasi, Kepuasan Konsumen.

This study aims to analyze and identify the effect of price, promotion and location both simultaneously and partially on consumer satisfaction Unbranded Tajur Bag (SKI) Bogor. Questionnaires were distributed to 75 respondents who were taken by probability sampling technique. The analytical method used in this research is descriptive and verification method. The results showed that price, promotion and location simultaneously had a positive and significant effect on consumer satisfaction of Bogor Unbranded Tajur Bag (SKI), while the partial price test was not positive and not significant on consumer satisfaction but promotion and location had a positive and significant effect on consumer satisfaction. The most dominant basic factor influencing consumer satisfaction is promotion.

Keywords : Price, Promotion, Location, Consumer Satisfaction.