

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Kepuasan Konsumen pada Susu Lembang KPSBU Jawa Barat baik secara simultan maupun parsial. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda dan analisis koefisien determinasi. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji hipotesis secara simultan (uji f) dan uji hipotesis secara parsial (uji t). Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 23 *for windows*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 responden dengan menggunakan sampling insidental. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas Produk dan Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 61%, secara parsial Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen berpengaruh sebesar 34,95% dan Iklan terhadap Kepuasan Konsumen berpengaruh sebesar 26,06%.

Keyword : Kualitas Produk, Iklan, dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Product Quality and Advertising on Consumer Satisfaction in West Java KPSBU Lembang Milk both simultaneously and partially. Analysis of the data used is validity and reliability test, multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis and coefficient of determination analysis. Hypothesis testing is done through simultaneous hypothesis testing (f test) and partial hypothesis testing (t test). Processing data in this study using the SPSS 23 program for Windows. The data collection method used in this study is field research and library research. The sample in this study were 99 respondents using incidental sampling. The results showed that simultaneously Product Quality and Advertising had a positive and significant effect on Consumer Satisfaction of 61%, Partially Product Quality towards Consumer Satisfaction had an effect of 34.95% and Advertisements to Consumer Satisfaction had an effect of 26.06%.

Keyword : Service Product, Advertising, and Consumer Satisfaction