

ABSTRAK

Tepung tapioka merupakan hasil dari pengolahan ubi kayu atau singkong yang banyak digunakan masyarakat sebagai bahan baku pengolahan makanan. Persaingan yang semakin ketat sehingga perusahaan harus melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan pangsa pasar yang sudah ada, salah satunya adalah melalui usaha untuk memberikan kepuasan bagi konsumen. Dengan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan konsumen merupakan kunci utama agar perusahaan menghadirkan produk maupun jasa yang diinginkan.

Populasi dalam penelitian ini memiliki jumlah responden yang pasti dengan menggunakan rumus Slovin untuk mengetahui sampelnya yaitu sebanyak 72 responden. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa diperoleh hasil nilai sig. $0,038 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), nilai sig. $0,004 < 0,05$ yang berarti variabel harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dan diperoleh nilai sig. $0,025 < 0,05$ yang berarti variabel promosi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Kepuasan Konsumen

Abstract

Tapioca flour is the result of processing cassava or cassava which is widely used by the community as a raw material for food processing. Competition is getting tougher so that companies must make various efforts to maintain existing market share, one of which is through efforts to provide satisfaction for consumers. Knowing what consumers need is the main key for companies to present the desired products and services.

The population in this study has a definite number of respondents using the Slovin formula to find out the sample, namely 72 respondents. In this study, researchers used simple random sampling, namely taking sample members from a population that was carried out randomly without paying attention to the strata in the population. The analytical technique used in this study was Multiple Linear Regression Analysis.

The results of the analysis show that the sig. 0.038 < 0.05 which means that the product quality variable (X1) has a positive and significant effect on consumer satisfaction (Y), the value of sig. 0.004 < 0.05 which means the price variable (X2) has a positive and significant effect on consumer satisfaction (Y) and a sig value is obtained. 0.025 < 0.05 which means the promotion variable (X3) has a positive and significant effect on consumer satisfaction.

Keywords: product quality, price, promotion, consumer satisfaction