

ABSTRAK

Pembahasan dalam penelitian ini yaitu menganalisis tentang tingkat kepuasan konsumen produk *outdoor* Consina berdasarkan merek, kualitas produk dan harga di Lumajang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui (1) pengaruh merek terhadap kepuasan konsumen (2) pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen (3) pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen (4) pengaruh merek, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen produk *outdoor* Consina di Lumajang. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna dan pembeli produk *outdoor* Consina di Lumajang. Jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner pada skala *likert* 1-5. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan Uji Regresi Linear Berganda. Sedangkan untuk pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistik 21. Hasil pengujian regresi berganda menunjukkan (1) merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk *outdoor* Consina di Lumajang (2) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk *outdoor* Consina di Lumajang (3) harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk *outdoor* Consina di Lumajang (4) merek, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen produk *outdoor* Consina di Lumajang. Implementasi dalam penelitian ini adalah Consina harus mempromosikan mereknya agar semakin dikenal luas dan mengembangkan kualitas produk yang lebih baik serta harga produk *outdoor* yang diberikan Consina sebaiknya bisa lebih terjangkau dikalangan masyarakat.

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

ABSTRACT

The discussion in this study is to analyze the level of consumer satisfaction of Consina's outdoor products based on brand, product quality and price in Lumajang. The purpose of this study was to determine (1) the effect of brand on consumer satisfaction (2) the effect of product quality on consumer satisfaction (3) the effect of price on consumer satisfaction (4) the influence of brand, product quality and price on consumer satisfaction of Consina's outdoor products in Lumajang. The population in this study were users and buyers of Consina's outdoor products in Lumajang. The number of samples in this study used primary data obtained from questionnaires on a Likert scale of 1-5. The data obtained were analyzed using Multiple Linear Regression Test. Meanwhile, for data processing using IBM SPSS Statistics 21. The results of multiple regression testing show (1) brand has a significant effect on consumer satisfaction for Consina outdoor products in Lumajang (2) product quality has a significant effect on consumer satisfaction for Consina outdoor products in Lumajang (3) price has no effect significantly to consumer satisfaction Consina outdoor products in Lumajang (4) brand, product quality and price quality has a significant effect on consumer satisfaction for Consina outdoor products in Lumajang. The implementation in this study is that Consina must promote its brand so that it is more widely known and develops better product quality and the price of outdoor products provided by Consina should be more affordable among the public.

Keywords: Brand, Product Quality, Price, Consumer Satisfaction