

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. DAHLIA  
DEWANTARA UNIT METRO**

**Yoga Pratama Putra , H. Suwarta<sup>2</sup>, S.E M.M, Jati Imantoro<sup>2</sup> , S.E., M.E.Sy.**  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Metro, Kota Metro, Lampung

**ABSTRAK**

Yoga Pratama Putra, Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Dahlia Dewantara Unit Metro. Pembimbing (1) H. Suwarta<sup>2</sup>, S.E M.M, Jati Imantoro<sup>2</sup> , S.E., M.E.Sy.

Persaingan bisnis merupakan persaingan yang harus dihadapi perusahaan-perusahaan, persaingan yang semakin ketat ini menuntut perusahaan untuk cermat dalam menentukan strategi memenangkan persaingan yang dihadapi. Agar dapat keluar dari situasi yang mengancam kehidupan perusahaan, maka perusahaan harus merencanakan strategi-strategi pemasaran untuk memuaskan keinginan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen. 2) Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen. 3) Untuk mengetahui apakah Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen 4) Untuk mengetahui variabel harga kualitas produk dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode survei dipilih sebagai sumber data primer. Metode survei fokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Dalam penelitian ini populasi diambil berdasarkan pada konsumen yang melakukan pembelian pada kerupuk kemplang amanda yaitu sebanyak 75 perbulan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap Kepuasan konsumen 2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap Kepuasan konsumen. 3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap Kepuasan konsumen. 4) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga, kualitas produk dan promosi secara bersama-sama terhadap Kepuasan konsumen

**kata kunci : harga, kualitas produk, promosi dan Kepuasan konsumen**