

ABSTRAK

PENGARUH DESAIN PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA McDONALD'S KEDATON BANDAR LAMPUNG

Oleh

Idral Yaswan Nugraha

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk dan kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen McDonald's Kedaton Bandar Lampung. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen McDonald's Kedaton Bandar Lampung dengan menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu sampel yang teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Jumlah sampel dapat ditentukan dengan rumus estimasi proporsi, yang berjumlah 120 Konsumen. metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Variabel bebas pada penelitian ini adalah desain produk (X_1), Kepercayaan Merek (X_2). Variabel terikat pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel desain produk, dan Kepercayaan Merek berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen, yang menyatakan bahwa desain produk McDonald's mempunyai variasi bentuk kemasan yang membuat merek produk McDonald's memberi kesan kualitas yang baik sehingga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sesuai dengan harapan konsumen.

Kata Kunci : Desain Produk, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT DESIGN AND BRAND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION AT Mc DONALD KEDATON BANDAR LAMPUNG

By

Idral Yaswan Nugraha

The purpose of this study to determine the effect of product design and brand trust on consumer satisfaction. The population were consumers of Mc Donald's Kedaton Bandar Lampung Branch. Samples took by non-probability sampling method and purposive sampling technique. Estimation sample formula obtained 120 consumers as respondents. The research method used was multiple linear regression analysis. The results showed that product design and brand trust had a simultaneous effect on consumer satisfaction. Various Mc Donald's product packaging designs gave the impression of the quality product and affected consumer satisfaction.

Keywords: Product design, Brand trust, consumer satisfaction.