

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK SUSU BEAR BRAND PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

M. ANDIKA SALMAN N

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan konsumen produk susu Bear Brand pada masa pandemi Covid-19 di Bandar Lampung. Susu Bear Brand memiliki harga dan kepercayaan merek yang kualitasnya lebih dapat mengunggulin produk lain. Lalu pada penelitian ini menggunakan teori kualitas produk, promosi dan kepuasan konsumen. Penelitian ini akan digunakan Metode pengumpulan data yang dipakai didalam penelitian ini adalah metode field research serta penelitian ini populasi sampel dengan menggunakan nonprobability sampling dengan berjumlah 140 sampe responden. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Produk susu Bear Brand pada masa pandemi Covid-19 di Bandar Lampung. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa promosi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk susu Bear Brand. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk susu Bear Brand.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi dan Kepuasan Konsumen, Bear Brand, uji t dan uji f

ABSTRACT

EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PROMOTION ON CONSUMER SATISFACTION FOR BEAR BRAND (MILK PRODUCT) DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN BANDAR LAMPUNG CITY

By

M. ANDIKA SALMAN N

Bear Brand was the milk product sold with price, brand trust, and quality that surpass the other milk products. The objective of this research was finding out the effect of the product quality and the promotion on the consumer satisfaction for Bear Brand (milk product) during the Covid-19 pandemic in Bandar Lampung City. The variables of this research were the product quality, the promotion, and the consumer satisfaction. The data collection method used in this research was the field research method. The sampling method used in this research was the non-probability sampling. The number of sample used in this research was 140 respondents. The result of this research showed that the product quality affected the consumer satisfaction for the Bear Brand product; moreover, the promotion also affected the consumer satisfaction for the Bear Brand product. Furthermore, the product quality and the promotion simultaneously affected the consumer satisfaction for the Bear Brand products.

Keywords: Product Quality, Promotion, Consumer Satisfaction, Bear Brand, *T-Test*, *F-Test*.