

***The Effect of Product Quality, Price, and Promotion on Consumer Satisfaction
when Purchasing the Susu Frisian Flag at Alfamart Cilandak KKO***

By Natasya Salsabila

ABSTRACT

In the current era of economic globalization, there is intense competition in the business world in various sectors. In facing this condition, each company is required to have added value compared to competitors. Companies must be able to show their respective advantages and strive to meet consumer satisfaction, just like companies that focus on selling necessities, namely milk. The aim of this research is to find out, analyze and prove whether product quality, price and promotion have an effect on consumer satisfaction. The population in this research is consumers who buy Frisian Flag milk products at Alfamart Cilandak KKO. The sample used was 100 people. Using the Partial Least Square (PLS) analysis technique with SmartPLS 4 software. The results obtained show that product quality, price and promotion variables have a significant influence on consumer satisfaction.

Keywords: *Product Quality, Price, Promotion, and Consumer Satisfaction*

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Susu Frisian Flag di Alfamart Cilandak KKO

Oleh Natasya Salsabila

ABSTRAK

Pada era globalisasi ekonomi saat ini, menyebabkan ketatnya persaingan dalam dunia bisnis di berbagai sektor. Dalam menghadapi kondisi ini, setiap perusahaan diwajibkan untuk memiliki nilai tambah dibandingkan dengan pesaing. Perusahaan harus bisa menunjukkan keunggulan masing-masing dan berupaya memenuhi kepuasan konsumen, seperti halnya perusahaan yang berfokus pada penjualan produk kebutuhan, yaitu susu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan apakah kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang membeli produk susu Frisian Flag di Alfamart Cilandak KKO. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan software SmartPLS 4. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kepuasan Konsumen