

ABSTRAKSI

Pemenuhan kebutuhan untuk menjaga kesehatan dewasa ini berbagai macam multivitamin dari berbagai varian jenis obat hingga produk herbal bermunculan. Namun semakin pesatnya perkembangan jaman produk herbal lebih diminati karena lebih dikenal masyarakat tanpa efek samping dengan harga relatif murah. Disamping itu mudahnya produk herbal lebih mudah di peroleh dan di temukan masyarakat di semua jenis pasar tradisional hingga pasar modern, harganyapun terjangkau untuk semua jenis kalangan. Untuk mengembangkan kontribusi produk herbal saat ini berbagai inovasi varian produk pun diciptakan guna eksistensi produk itu sendiri. Guna mewujudkan hal tersebut, perusahaan memberikan pengenalan dan himbauan melalui Produk Tolak Angin Linu yang merupakan varian dari Produk Tolak Angin. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh harga, iklan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada kepuasan konsumen Produk “Tolak Angin Linu” Di Kota Semarang.

Sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden, dengan menggunakan pengambilan sampel secara *purposive sampling*, yaitu suatu cara pengambilan sampel dengan cara mempertimbangkan beberapa kriteria dalam pemilihan responden yang dilakukan secara kebetulan dijumpai oleh peneliti kepada konsumen pedagang kaki lima Produk Tolak Angin Linu dengan perwakilan di wilayah Barat, Timur, Tengah , Selatan Kota Semarang. Metode analisis data menggunakan regresi berganda.

Hasil pengolahan dapat disimpulkan bahwa (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (5) Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (6) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (7) Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : harga, iklan, kualitas produk, keputusan pembelian, dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

Meeting the need to maintain the health of today various multivitamins from various drug variants to herbal products emerge. But the more rapid growth of herbal products more desirable because more known to the public without side effects with relatively cheap price. Besides that easy herbal products easier to obtain and found the community in all types of traditional markets to modern markets, harganyapun affordable for all types of circles. To develop the contribution of herbal products today various innovations of product variants were created for the existence of the product itself. In order to make this happen, the company provides an introduction and appeal through the Product Reject Wind Linu which is a variant of the Product Reject Wind. This study aims to describe and analyze the influence of price, advertising, and product quality on purchasing decisions and their impact on consumer satisfaction Product "Reject Wind Linu" In Semarang City.

The sample in this study is 100 respondents, using sampling by purposive sampling, which is a way of sampling by considering some criteria in the selection of respondents conducted by chance found by researchers to consumers of street vendors Product Rejects Windu Linu with representatives in the West , East, Central, South Semarang City. Methods of data analysis using multiple regression.

The results of the processing can be concluded that (1) Price has a positive and significant effect on purchasing decision, (2) Advertising has a positive and significant impact on purchasing decisions, (3) (6) The quality of the product has a positive and significant effect on customer satisfaction, (7) Purchasing decision has positive and significant effect to customer's satisfaction.

Keywords: price, advertising, product quality, purchase decision, and consumer satisfaction