

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *wedding card* pada CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA (2) Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *wedding card* CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA (3) Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen *wedding card* CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA (4) Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada *wedding card* CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA (5) Untuk menganalisis variabel manakah diantara variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen pada *wedding card* CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen *wedding card* CV INDIRA CREATIVE YOGYAKARTA yang melakukan pembelian pada tahun 2016 sampai dengan bulan Februari 2017, dan sampel yang digunakan adalah sebesar 100 orang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *wedding card* CV INDIRA CREATIVE. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung $(0,000) < 0,05$ (2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *wedding card* CV INDIRA CREATIVE. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung $(0,003) < 0,05$ (3) Promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *wedding card* CV INDIRA CREATIVE. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig t hitung $(0,249) > 0,05$ (4) Kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada *wedding card* CV INDIRA CREATIVE. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig uji F $(0,000) < 0,05$ (5) Berdasarkan besarnya koefisien beta, maka pengaruh paling dominan variabel bebas terhadap variabel terikat adalah pengaruh variabel kualitas pelayanan karena koefisien beta (Standardized Coefficients) paling besar dibandingkan lainnya yaitu 0,525.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Konsumen