

ABSTRAK

Rada Bransiska, 14101155310402, Jurusan Manajemen, Tahun 2019, pengaruh Word Of Mouth, Iklan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen, di bawah bimbingan Ibu Dr.Ir.Zefri Yenni, MM dan Bapak Vicky Brama Kumbara, SE, MM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Word Of Mouth, Iklan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Variabel penelitian yaitu Word Of Mouth (X1), Iklan (X2), Harga (X3), dan Kepuasan Konsumen (Y). Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuesioner sebanyak 93 responden. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis korelasi, analisis regresi berganda, untuk uji hipotesis digunakan yaitu uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan (1) Word Of Mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (2) Iklan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. (3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. (4) Word Of Mouth, Iklan, dan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (5) Kontribusi sumbangan variabel Word Of Mouth, Iklan dan Harga sebesar 0,484 atau 48,4% sedangkan sisanya sebesar 51,6% dipengaruhi variabel lain seperti pelayanan, kualitas produk, fasilitas dan lain-lain.

Kata Kunci : Pengaruh Word Of Mouth, Iklan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen