

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Iklan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Di Kota Padang). Metode analisis data menggunakan kuesioner, dengan sampel 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan diantara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Terdapat pengaruh signifikan diantara Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Dan Terdapat pengaruh signifikan diantara variabel Iklan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kontribusi variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Iklan Terhadap Kepuasan Pelanggan berpengaruh sebesar 53,2% sedangkan sisanya sebesar 46,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan Manajemen Perusahaan dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan, dimana dalam penelitian ini variabel Kualitas Produk yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan pelanggan dengan meningkatkan Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Iklan Pada Konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Di Kota Padang melalui masing-masing indikator.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Iklan Dan Kepuasan Pelanggan.**

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine how big the influence of product quality, price perception and advertising on customer satisfaction (a case study on consumers of bottled drinking water brand Aqua in the city of Padang). Methods of data analysis using a questionnaire, with a sample of 100 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis.*

*Based on the results of the study indicate that there is a significant influence between Product Quality on Customer Satisfaction. There is a significant influence between Price Perception on Customer Satisfaction. And there is a significant influence between the advertising variables on customer satisfaction. The contribution of Product Quality, Price Perception and Advertising to Customer Satisfaction has an effect of 53.2% while the remaining 46.8% is influenced by other variables outside of this study.*

*Based on the results of this study, it is expected that the company's management can increase customer satisfaction, where in this study the product quality variable has a significant influence on customer satisfaction by improving product quality, price perception and advertising on consumers of bottled drinking water brand Aqua in the city of Padang through each each indicator.*

***Keywords: Product Quality, Price Perception, Advertising And Customer Satisfaction.***