

**PENGARUH STRATEGI PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN**

**(Studi Kasus pada Produk Susu Cair Merek Ultra Milk di STIE EKUITAS
Bandung)**

Ditulis oleh:

Raden Bayu Hanggara

NPM: A10110024

Pembimbing:

Mutia Tri Satya, S. Sos., MSM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Strategi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Susu Cair Merk Ultra Milk di STIE EKUITAS Bandung.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder. Dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif, peneliti mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner terhadap 71 responden yang merupakan konsumen produk susu cair Ultra Milk di STIE Ekuitas Bandung. Data yang didapat diolah secara manual maupun program komputer. Uji statistik yang digunakan untuk menganalisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas, analisis path serta uji hipotesis.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi produk dan harga yang dilakukan PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company masuk dalam kategori baik, namun ada beberapa indikator di mana konsumen memberi pernyataan kurang setuju terutama pada kemasan dan daya saing harga, dengan besar pengaruh antara strategi produk dan harga terhadap kepuasan konsumen dengan kontribusi masing-masing sebesar 34,7%, dan 56,8% sedangkan yang lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Strategi Produk, Strategi Harga, Kepuasan Konsumen

***THE INFLUENCE OF PRODUCT AND PRICING STRATEGY TO
CUSTOMER SATISFACTION***

(Case Study On Ultra Milk Brand in STIE EKUITAS Bandung.)

Compiled by:

Raden Bayu Hanggara

NPM: A10110024

Under the guidance:

Mutia Tri Satya, S. Sos., MSM

ABSTRACT

This study aims to determine how much the influence of Product and Pricing strategy to Customer Satisfaction at Ultra Milk Brand in STIE Ekuitas Bandung.

The collected data in this study consists of primary and secondary data. By using both descriptive and verification methods, researcher collects data through questionnaires distribution to 71 respondents whom are consumers of Ultra Milk products at STIE Ekuitas in Bandung. The obtained data was processed manually or using computer program. The numerous statistical tests that used to analyze the data are validity and reliability test, path analysis and hypothesis testing.

The conclusion from this study shows that the implementation of product and pricing strategy by PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company is categorized into "good one". On the other hand there are some indicators when the consumers made a disagree statement particularly on product packaging and price competitiveness, with an influence level between product and pricing strategies on consumer satisfaction with a contribution of 34,7 % , and 56.8 % respectively, while the others is influenced by another factors .

Keywords: Product Strategy, Pricing Strategy, Customer Satisfaction