

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Analisis Faktor –Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Helm ber-SNI (Studi Kasus Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau)

Oleh :

Fetri Yeti

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan faktor emosional terhadap kepuasan konsumen dalam membeli helm ber-SNI (Studi Kasus Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau). Hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut : “diduga terdapat pengaruh faktor harga, kualitas produk dan faktor emosional terhadap kepuasan konsumen dalam membeli helm ber-SNI (Studi Kasus Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau)”. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode sensus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Faktor Emosional (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam membeli helm ber-SNI (Studi Kasus Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau) dan indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah faktor emosional (X_3) kemudian diikuti variabel kualitas produk (X_2) dan harga (X_1). Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil Uji F secara simultan menunjukkan bahwa $F_{Hitung} > F_{Tabel}$, hasil Uji t secara parsial menunjukkan bahwa setiap variabel bebas memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa besarnya pengaruh dari ketiga variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya adalah sebesar 70,7% dan sisanya sebesar 29,3% merupakan sumbangan dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model yang diajukan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Faktor Emosional, Kepuasan Konsumen.