

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA PRODUK
DAN MEREK TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
SMARTPHONE OPPO DI TND CELL BINUANG**

Arianti¹, Farida Yulianti², Ervica Zamilah³

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia, NIM19310466

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia, NIDN1121076901

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia, NIDN1130077601

E-mail : arynt4444@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian yaitu : (1) kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen smartphone oppo di TND Cell Binuang (2) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen smartphone oppo di TND Cell Binuang (3) Harga produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen smartphone oppo di TND Cell Binuang (4) Merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen smartphone oppo di TND Cell Binuang (5) Kualitas produk, kualitas pelayanan, harga produk dan merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen smartphone oppo di TND Cell Binuang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang menggunakan dan membeli smartphone Oppo di TND Cell Binuang dan sampel berjumlah 50 responden.. Hasil penelitian ini menunjukkan 1) Kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen smartphone oppo di TND Cell Binuang, 2) Kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen smartphone oppo di TND Cell Binuang, 3) Harga produk secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen smartphone oppo di TND Cell Binuang, 4) Merek secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen smartphone oppo di TND Cell Binuang, 5) Kualitas produk, kualitas pelayanan, harga produk, dan merek memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen smartphone oppo di TND Cell Binuang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Produk, Merek, Kepuasan Konsumen

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, P dan Armstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing* Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.\

Kasmir. 2017. *Customer Service Eellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Armstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benjamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo

Jurnal :

Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*.
<https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>

Dheany, Arumsari. 2012. Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) Merek Aqua (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah). Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro : Semarang

Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 17-32

Windarti, T. and Ibrahim, M. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu. *JomFISIP* Volume 4 No. 2 Oktober 2017, pp. 1–10.

Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v1i2.856>

Al Farisi, M.Z. (2018). *The impact of techniques and translation ideology on the clarity of pragmatic meanings translation of the Qur"anic imperative verses. Indonesian Journal of Applied Linguistics*, Vol. 7 No. 3