

## ABSTRAKSI

Salah satu faktor yang dominan untuk memberikan pelayanan konsumen adalah dengan mengutamakan kepuasan konsumen. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan (*win-win solution*), yaitu keadaan di mana kedua belah pihak merasa menang dan tidak ada yang dirugikan. Dengan terjaganya kepuasan konsumen diharapkan volume penjualan perusahaan akan tetap terjaga, dan bahkan meningkat. Diduga faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian ini antara lain; keterjangkauan harga, kualitas produk, desain produk dan keterandalan produk.

Teori yang digunakan untuk menggeneralisasi adalah sebagaimana dinyatakan oleh Dutka (2010) yang menandaskan bahwa atribut-atribut produk dari kepuasan konsumen secara universal meliputi 1) *value price relations*, 2) *product quality*, 3) *product benefit*, 4) *product features*, 5) *product design*, 6) *product reliability and consistency*, and 7) *range of product or service*. Dari sintesis Dutka tersebut diambil 4 faktor atribut produk yang dianggap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Rotiboy, karena alasan aksesibilitas dan visibilitas data terkait obyek penelitian, yaitu; keterjangkauan harga, kualitas produk, desain produk dan keterandalan produk. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah “terdapat pengaruh positif variabel keterjangkauan harga, kualitas produk, desain produk dan keterandalan produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen Rotiboy”.

Sampel penelitian sebanyak 100 responden yang diambil dari konsumen yang berbelanja di Rotiboy Mal Ciputra Semarang, yang sebelumnya dilakukan ketetapan perhitungan *sample size* dengan rumus Slovin. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Dengan tempo penyebaran kuesioner yang memakan waktu 20 hari, maka ke-100 kuesioner selanjutnya diolah dan dilakukan analisis.

Berdasarkan perhitungan statistik dengan bantuan program SPSS, maka inferensinya adalah variabel keterjangkauan harga, kualitas produk, desain produk dan keterandalan produk secara bersama-sama maupun secara partial, berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian H1 sampai dengan H5 diterima pada taraf kepercayaan 95 persen. Mengacu hasil penelitian maka dari ke-empat variabel bebas penelitian, maka 4 variabel bebas penelitian, yaitu keterjangkauan harga, kualitas produk, desain produk dan keterandalan produk kontribusinya terhadap kepuasan konsumen masih memungkinkan untuk ditingkatkan, di mana variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen.

**Keyword:** *keterjangkauan harga, kualitas produk, desain produk, keterandalan produk dan kepuasan konsumen*