

## ABSTRAK

Sifat produk komoditas hortikultura yang cepat mengalami pembusukan menjadi faktor utama penyebab distribusi ke konsumen menjadi terkendala. Sementara permintaan pasar terhadap komoditas hortikultura terus mengalami peningkatan. Namun permintaan tersebut belum bisa semuanya terpenuhi. Banyak hal yang menjadi kendala distribusi sampai kepada konsumen. Agar produk komoditas hortikultura tersebut bisa lebih panjang masa simpannya dan tidak mudah busuk, maka dibutuhkan sebuah teknologi. D'Ozone adalah mesin yang dapat menghasilkan gas ozon yang digunakan untuk memperpanjang masa simpan komoditas hortikultura agar tidak mudah busuk. Mesin D'Ozone ini sudah dipakai dikalangan kelompok tani (Poktan) diberbagai daerah di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah meneliti bagaimana kualitas produk, persepsi harga, kesadaran merek dan WOM positif, dan sebagai interveningnya adalah kepuasan konsumen dari produk D'Ozone.

Sebagai alat analisis pada penelitian ini menggunakan SEM (Structural Equation Model) AMOS Programe V.22 dengan jumlah populasi adalah kelompok-kelompok tani yang telah memiliki produk D'Ozone yang tersebar berbagai kabupaten di Jawa Tengah. Sampling yang digunakan dengan metode *Purposive Sampling* dilakukan pada 125 responden, yang tersebar diberbagai kabupaten di Jawa Tengah.

Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah, bahwa kualitas produk, persepsi harga, kesadaran merek, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sementara pengaruh terhadap WOM positif adalah kualitas produk yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM, persepsi harga *tidak berpengaruh* signifikan terhadap WOM positif, kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM positif. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM.

***Kata kunci : kualitas produk, persepsi harga, kesadaran merek, WOM positif, kepuasan konsumen***