

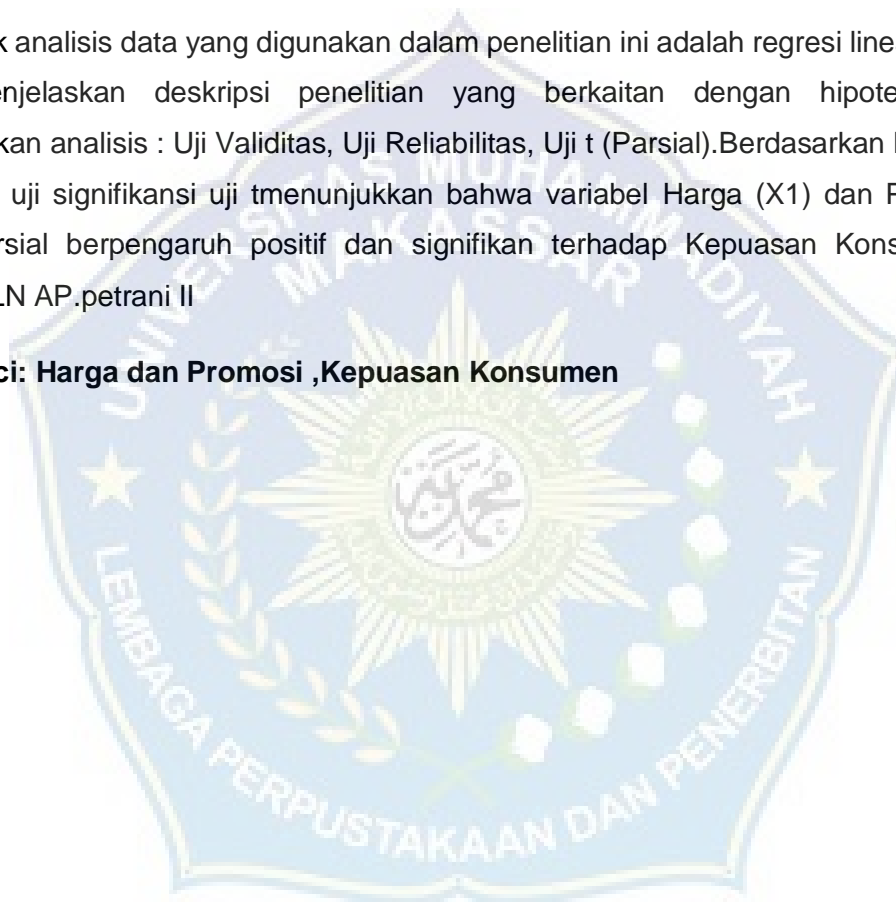
## **ABSTRAK**

**Abdul Rais**, Tahun 2022. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Alfa mart Pettarani Global . Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I **Asdi** dan Pembimbing II **Sherry Adelia Natsir Kalla**.

Penelitian ini bertujuan untuk menilai seberapa besar pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Alfa mart JLN AP.Petrani II. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian explanatory kuantitatif. Data yang diolah adalah hasil dari penyebaran kuesioner kepada pelanggan Alfamart JLN AP.Petrani II

. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Untuk menjelaskan deskripsi penelitian yang berkaitan dengan hipotesis dengan menggunakan analisis : Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji t (Parsial). Berdasarkan hasil analisis data untuk uji signifikansi uji t menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) dan Promosi (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart JLN AP.petrani II

**Kata Kunci: Harga dan Promosi ,Kepuasan Konsumen**



## **ABSTRACT**

Abdul Rais, 2022. The Influence of Prices on Consumer Satisfaction at Alfa mart JLN AP. Petrani II, Makassar. Thesis of Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Advisor I Asdi and Advisor II Sherry Adelia Natsir Kalla.

This study aims to assess how much influence price and promotion have on consumer satisfaction at Alfa mart JLN AP.Petrani II. The type of research used is quantitative explanatory research. Processed data is the result of distributing questionnaires to customers of Alfa mart JLN AP.Petrani II

. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression. To explain the description of research related to the hypothesis by using the following analysis: Validity Test, Reliability Test, t Test (Partial). on Consumer Satisfaction at Alfamart JLN AP.petrani II

**Keywords: Price and Promotion, Consumer Stisfaction**

