

## ABSTRAK

Penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada produk Sari Roti. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap kepuasan konsumen secara parsial dan simultan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori keragaman produk, kualitas produk, ekuitas merek dan kepuasan konsumen. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Sari Roti di Indomaret Jl. Kalimantan Jember. Sampel yang digunakan sebanyak 74 responden, menggunakan teknik non probability sampling dengan pendekatan *accidental sampling*. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda dengan software SPSS. Hasil uji t menunjukkan signifikansi keragaman produk (0,000), kualitas produk (0,003) dan ekuitas merek (0,001) lebih kecil dari 0,05, sehingga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga secara simultan keragaman produk, kualitas produk dan ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Analisis regresi menunjukkan keragaman produk (0,200), kualitas produk (0,178), dan ekuitas merek (0,216) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 62,3% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh keragaman produk, kualitas produk dan ekuitas merek, sedangkan sisanya 37,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan.

Kata kunci : keragaman produk, kualitas produk, ekuitas merek dan kepuasan konsumen.

## **ABSTRACT**

*This research scrutinizes customers' satisfaction toward Sari Roti products. The aim of this research is to know the effect of product diversity, quality product, and brand equity toward customers' satisfaction partially and simultaneously. This research uses product diversity theory, quality product, brand equity, and customers' satisfaction. Besides, this research is categorized as descriptive quantitative using explanatory design. In this case, the population in this research is the Sari Roti customers at Kalimantan Street in Jember. The total of sample that is used in this research is 74 respondents, using non-probability sampling with accidental sampling approach. The tool of this analysis uses multiple linear regression using SPSS software. Then the result of t test shows that the amount of significant diversity product is (0,000), quality product is (0,003), and brand equity is (0,001) in which this amount is less than 0,05 so that partially it effects on customers' satisfaction significantly. Meanwhile, the result of F test shows that the significant quantity is 0,000 in which this quantity is less than 0,05, so that the diversity of product, quality product, and brand equity simultaneously give an effect toward customers' satisfaction. Regression analysis shows diversity product (0,200), quality product (0,178), and brand equity (0,216) give positive impact toward customers' satisfaction. Coefficient determination test shows that 62,3% customers' satisfaction is influenced by diversity product, quality product, and brand equity, while the rest 37,7% is influenced by other variables outside the model or similar analysis.*

*Key Words: Diversity product, quality product, brand equity, and customers' satisfaction.*