ABSTRAK

Billy Hadinata / 27150258 / 2019 / Deskripsi dan Korelasi Persepsi Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Produk Ades di daerah Kelapa Gading Jakarta Utara / Pembimbing: Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Pada saat ini perkembangan dalam bisnis air minum dalam kemasan sedang meningkat. Perusahaan yang mengembangkan air minum dalam kemasan juga semakin banyak oleh karena permintaan yang meningkat di masyarakat. Air minum dalam kemasan sangat praktis dan mudah untuk dibawa kemana-mana sehingga menjadi pilihan utama dalam beraktifitas seperti berpergian.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori Persepsi Kualitas Produk*.* Kepuasan Konsumendan Loyalitas Konsumen untuk mengetahui hubungan antara ketiga teori tersebut.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 130 responden, kuesioner didistribusikan melalui *google form*. Objek dari penelitian ini adalah responden yang mengkonsumi air minum dalam kemasan Ades di daerah Kelapa GadingJakarta Utara. Sedangkan prosedur sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan menggunakan metode *judgment sampling*, di mana pengambilam sampel sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh penulis yang menjadi faktor pertimbangannya yaitu responden yang pernah mengkonsumsi air minum dalam kemasan Ades. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi *pearson product moment*, *Cronbach Alpha*, uji korelasi untuk menguji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel persepsi kualtias produk, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen memiliki hubungan atau korelasi yang positif*.* Dengan hasil tersebut dapat mengindikasikan bahwa kualitas yang baik memiliki hubungan dengan kepuasan dari konsumen dan loyalitas yang diberikan konsumen.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen berkorelasi positif sesuai dengan penelitian terdahulu. Penulis menyarankan agar perusahaan Ades mempertahankan kualitas yang sudah baik dan lebih memperhatikan kebutuhan konsumen.

Kata kunci: Persepsi Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen