

				kualitas produk.
2.	<p>Penelitian dilakukan oleh Lenzun,<i>et.al.</i> pada tahun 2014 tentang “Pengaruh Kualitas Produk,Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel”.</p>	<p>a. Variabel yang diteliti</p> <p>b. Subjek penelitian.</p> <p>c. Lokasi penelitian.</p> <p>d. Teknik analisis</p>	<p>a. Metode penelitian diskriptif kuantitatif.</p> <p>b. Variabel yang digunakan kualitas produk</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan.</p>
3.	<p>Penelitian dilakukan oleh Bayu Hadyanto Mulyono, Yoestini , Rini Nugraheni, Mustofa Kamal tahun 2013 Tentang Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan</p>	<p>a. Variabel yang diteliti</p> <p>b. Subjek penelitian.</p> <p>c. Lokasi penelitian.</p> <p>d. Teknik analisis</p>	<p>a. Metode penelitian diskriptif kuantitatif.</p> <p>b. Variabel yang digunakan kualitas produk dan kualitas layanan.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh dari kualitas produk</p>

	Bengkel <i>Caesar</i> Semarang)			secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. <i>Angka Adjusted R Square</i> sebesar 0,584 menunjukkan bahwa 58,4 persen variabel Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi.
5.	Penelitian dilakukan oleh Trisno Musanto pada tahun 2004 tentang Faktor- Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media	a. Variabel yang diteliti b. Subjek penelitian. c. Lokasi penelitian. d. Teknik analisis	a. Metode penelitian diskriptif kuantitatif. b. Variabel yang digunakan kepuasan pelanggan.	Berdasar dari hasil penelitian ini hanya <i>sales experience</i> yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedang ketiga variabel lainnya <i>reliability</i> , <i>response to</i> <i>and remedy of</i>

				Semarang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga sedangkan sisanya 27.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada di luar variabel yang diteliti.
7	Penelitian dilakukan oleh Nirma Kurriwati tentang Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen	<p>a. Variabel yang diteliti</p> <p>b. Subjek penelitian.</p> <p>c. Lokasi penelitian.</p> <p>d. Teknik analisis</p>	<p>a. Metode penelitian diskriptif kuantitatif.</p> <p>b. Variabel yang digunakan kualitas produk dan kepuasan pelanggan.</p>	Hasil yang diperoleh bahwa kualitas berpengaruh terhadap kepuasan dan selanjutnya kepuasan tersebut berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
8.	Penelitian dilakukan oleh Basrah Saidan tahun 2012 tentang Pengaruh Kualitas Produk Dan	<p>a. Variabel yang diteliti</p> <p>b. Subjek penelitian.</p> <p>c. Lokasi</p>	<p>a. Metode penelitian diskriptif kuantitatif.</p> <p>b. Variabel yang</p>	Terbukti secara empiris kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Terbukti secara empiris

3. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas mempunyai arti sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung melakukan pembelian ulang sedangkan bila kualitas produk tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya. Sering kali dibenak konsumen sudah terpatrit bahwa produk perusahaan tertentu jauh lebih berkualitas daripada produk pesaing dan konsumen akan membeli produk yang mereka yakini lebih berkualitas. Meskipun konsumen mempunyai persepsi yang berbeda terhadap kualitas produk, tetapi setidaknya konsumen akan memilih produk yang dapat memuaskan kebutuhannya. Pengertian kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan tersebut meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan. Kotler memaknai kualitas produk sebagai manfaat barang atau jasa baik manfaat utama (*core benefits*) sampai dengan manfaat tambahan (*augmented or extended benefits*) yang dapat dinikmati oleh konsumen.

