

VICA ADITHA VERONICA PUTRI KAMBEA. NPM : 91511404122074.  
Pengaruh Emosi Positif dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfa Midi Poso. Dibimbing oleh Bapak Holmes Rolandy K. dan Iswan M.Masirete,SE.,MM

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Emosi Positif dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfa Midi Poso. Adapun populasi yang digunakan adalah Konsumen Alfa Midi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode Simple Random Sampling dengan sampel sebanyak 60 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Data diolah dengan analisis regresi berganda menggunakan alat computer statistical program for social science (SPSS).

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut  $Y = 7,996 + 0,146X_1 + 0,345X_2 + e$ . Berdasarkan analisis data statistik. Setiap indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan berdistribusi normal, hasil pengujian hipotesis yaitu uji T membuktikan bahwa variabel independen Persepsi Harga mempunyai pengaruh signifikan, sedangkan variabel independen Emosi Positif tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Alfa Midi Poso. Koefisien determinasi  $R^2$  yang diperoleh sebesar 0,143. Hal ini berarti 14,3% Kepuasan Konsumen ditentukan oleh variabel Emosi Positif dan Persepsi Harga, sisanya yaitu 85,7% ditentukan oleh variabel lain. Hasil uji F menunjukkan bahwa Emosi Positif dan Persepsi Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, dengan nilai F hitung sebesar 4,755 dengan signifikansi sebesar  $0,012 < 0,05$ . Nilai T hitung variabel Emosi Positif 0,748 dengan signifikansi sebesar  $0,458 > 0,056$  dan Nilai T hitung variabel Persepsi Harga 3,047 dengan signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$

Kata Kunci : Emosi Positif, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen.