

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini ialah guna mengetahui Pengaruh harga, Promosi serta Merek mengenai Kepuasan Konsumen Menggunakan *Skin care Himalaya* pada PT. *The Himalaya Drug Company* Medan. Pada penelitian ini rumusan masalahnya ialah“ Bagaimana Harga, Promosi dan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. The Himalaya Drug Company Medan?”

Metode penelitian ini yakni penelitian pendekatan kuantitatif memfokuskan perhatian pada gejala yang memiliki ciri-ciri pada kehidupan manusia atau biasa disebut dengan variabel. Pengolahan data dilaksanakan memakai SPSS 23 *for windows*. Populasi pada penelitian tersebut adalah 122 orang karyawan PT. The Himalaya Drug Company Medan., semuanya digunakan untuk sampel. Data primer yakni memakai kuesioner, wawancara, serta data skunder. Teknik analisis data memakai metode deskriptif serta pengujian hipotesis dengan  $\alpha$  5%.

Hasil penelitian sesuai uji F didapatkan hasil  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $34,409 > 3,07$ ) menunjukkan bahwa variabel bebas harga, promosi dan merek masing-masing mempunyai dampak yang baik serta signifikan pada variabel terikat mengenai kepuasan pembeli. Dengan cara parsial (uji-t) membuktikan harga, promosi dan merek berdampak secara baik serta signifikan mengenai kepuasan konsumen. Dengan menggunakan pengujian koefisien korelasi (R) didapatkan bahwa korelasi serta hubungan harga, promosi serta merek mengenai kepuasan konsumen merupakan ikatan yang sangat kuat. Dengan pengujian koefisien Determinasi didapatkan *adjusted R Square* ( $R^2$ ) 45,3% variabel kepuasan konsumen bisa dibuktikan dengan variabel harga, promosi serta merek, kemudian 54,7% bisa dibuktikan dengan variabel lain yang tak diteliti. Harga, promosi, serta merek ialah sebuah variabel yang mempunyai peranan paling penting mengenai kepuasan konsumen pada PT. The Himalaya Drug Company Medan.

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