

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk, harga, *brand image*, dan pengalaman konsumen terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Pekalongan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan sampel sebanyak 97 mahasiswa Universitas Pekalongan. Metode analisis data penelitian yaitu regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini diketahui bahwa atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, brand image berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, pengalaman konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci :** Atribut produk, harga, *brand image*, pengalaman konsumen, kepuasan konsumen.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product attributes, price, brand image, and consumer experience on customer satisfaction. This type of research is correlational research. The population in this study were Pekalongan University students. The sampling technique used a purposive sampling technique and a sample of 97 students from Pekalongan University. The research data analysis method is multiple linear regression.*

*The results of this study note that product attributes have a positive and significant effect on customer satisfaction, price has a negative and not significant effect on customer satisfaction, brand image has a negative and not significant effect on customer satisfaction, consumer experience has a positive and significant effect on customer satisfaction.*

**Keywords :** *Product attributes, price, brand image, consumer experience, customer satisfaction.*