

**PRESEPSI NILAI, PRESEPSI KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA KENDARAAN *MATIC* (STUDI HONDA
VARIO 125 DI PT. BENTENG MOTOR HONDA MEDAN)**

Tati Purniawati Bulolo
Program Studi Manajemen
Email : tatibulolo2@gmail.com

Penelitian ini bertujuan : (1) untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi nilai terhadap kepuasan konsumen PT. Benteng Motor Honda Medan, (2) untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PT. Benteng Motor Honda Medan, (3) untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan desain produk terhadap kepuasan konsumen PT. Benteng Motor Honda Medan, (4) untuk mengetahui apakah ada pengaruh persepsi nilai, kualitas produk, desain produk dan kepuasan pengguna terhadap kepuasan konsumen PT. Benteng Motor Honda Medan. Metode dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket yang diberikan kepada konsumen PT. Benteng Motor Honda Medan, analisis data menggunakan uji regresi linear berganda dan statistik deskriptif. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 25 for windows. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nilai tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai sig sebesar 0,003, persepsi kualitas produk terdapat pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai sebesar sig 0,506, desain produk terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai sig sebesar 0,005. Persepsi nilai, persepsi nilai, persepsi kualitas dan desain produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna PT. Benteng Motor Honda Medan dengan nilai sig sebesar 0,000.

Kata Kunci : Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas Produk, Desain Produk, Kepuasan Pengguna.