

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fitur produk, personal selling dan desain produk terhadap kepuasan pengguna Vivo di Kota Medan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan asosiatif. Adapun target penelitian ini adalah pengguna *smartphone* Vivo di Kota Medan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan kuisisioner, wawancara dan observasi. Dalam penentuan sampel penelitian penulis menggunakan rumus lemeshow yang dimana secara otomatis jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 100 sampel. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Berdasarkan hasil uji parsial maka pada variabel fitur produk tidak berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Vivo diperoleh nilai sebesar $T_{hitung} 1,414 < 1,984 T_{tabel}$, lalu pada variabel *personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna diperoleh nilai sebesar $T_{hitung} 2,219 > 1,984 T_{tabel}$, dan pada variabel desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai $T_{hitung} 5,032 > 1,984 T_{tabel}$. Hasil pengujian secara simultan diketahui bahwa variabel fitur produk (X1), *personal selling* (X2) dan desain produk (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *smartphone* Vivo di Kota Medan.

Kata Kunci: Fitur Produk, Personal Selling, Desain Produk, Kepuasan Pengguna