

ABSTRAK

May Rosiana, 0906850, **Pengaruh Inovasi *Green Product* Terhadap Kepuasan Konsumen AC Alowa+ Panasonic (Survei pada Pembeli AC Alowa+ Panasonic di Komplek Pertokoan Elektronik Proyek Bekasi)**, dibawah bimbingan Dr. Hj. Ratih Hurriyati, MP.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia terus berkembang didukung oleh berbagai sektor industri, salah satunya industri elektronik. Industri elektronik merupakan industri yang potensi dengan banyaknya jenis produk elektronik yang ditawarkan, salah satunya adalah *air conditioner* (AC). Berbagai merek produk *air conditioner* (AC) mendorong adanya persaingan dalam memperebutkan konsumen. Salah satu merek yang beada dalam kategori AC adalah AC Panasonic. Tahun 2012 Panasonic yang merupakan salah satu merek *air conditioner* (AC) yang mengalami penurunan tingkat kepuasan konsumen dari tahun sebelumnya. Perkembangan teknologi mendorong Panasonic lebih kreatif dan ramah lingkungan sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Oleh karena itu, agar dapat bersaing dengan merek lain, maka Panasonic melakukan strategi pemasaran melalui inovasi *green product* AC Alowa+ sebagai salah satu upaya memberikan kepuasan bagi konsumen dan menjaga lingkungan.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh inovasi *green product* terhadap kepuasan konsumen. Inovasi *green product* yang merupakan variabel bebas (X) yang terdiri dari dimensi *energy based product*, *material-driven product*, *pollution-prevention product*, dan *packaging*. Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) adalah kepuasan konsumen (Y) yang terdiri dari dimensi kinerja, fitur, realibilitas, konformasi, daya tahan, *serviceability*, estetika, dan persepsi terhadap kualitas. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif, dan metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan teknik *simple random sampling* dengan jumlah sampel 70 responden.

Penelitian ini dilaksanakan dalam jangka waktu kurang dari satu tahun, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode *cross sectional method* (pendekatan silang) dan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana dengan alat bantu *software* komputer SPSS 20.0 dan *microsoft excel*. Hasil yang diperoleh menghasilkan gambaran inovasi *green product* terletak pada kategori sedang. Itu berarti inovasi *green product* dilaksanakan dengan cukup baik oleh PT Panasonic Gobel Indonesia selaku perusahaan yang memproduksi AC Alowa+ Panasonic. Inovasi *green product* memiliki pengaruh sebesar 42,5% terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian terhadap pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa inovasi *green product* memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : inovasi *green product*, kepuasan konsumen

ABSTRACT

May Rosiana, 0906850, *The Effect Green Product Innovation on Customer Satisfaction AC Alowa+ Panasonic (Survey on the buyers AC Alowa+ Panasonic in Electronic Shopping Complex of Proyek Bekasi)*, under the guidance of Dr. Hj. Ruth Hurriyati, M.P.

Indonesia's economic continues to grow supported by many industry sectors, one of them is electronic industry. Electronic industrial an industry that potential with many kinds of electronic products offered, one is air conditioner (ac). Various brands products air conditioner (ac) push the takeover compete for consumers. One of brand which included in the category of air conditioner is AC Panasonic.. In 2012 Panasonic is one brand air conditioner (ac) decreasing the level of customer satisfaction the last year. Technology development push panasonic more creative and environment-friendly that would give satisfaction for consumers. Hence, to compete with a brand other, then panasonic do marketing strategies through innovation green product AC Alowa+ as an effort to provides satisfaction for consumers and protecting the environment.

This research was conducted to analyze the effect of green product innovation to consumer satisfaction. Innovation of green product that is free of variables (X) which is composed of energy based product dimensions, material-driven product, pollution-prevention product, and packaging. While the dependent variable (Y) is a consumer satisfaction which consists of the dimensions of performance, features, reliability, conformation, durability, serviceability, and aesthetics, and perception of quality. This type of research used was descriptive verification, and the method used was explanatory survey with simple random sampling technique with a total sample of 70 respondents.

This research was conducted in a period of less than one year, the research method used is the cross sectional method (cross approach) and data analysis techniques used are simple linear regression with SPSS computer software tools 20.0 and microsoft excel. The results produce a virtual image lies in the brand community category. The results produce an overview of green product innovation lies in the medium category. That means the green product innovation carried out pretty well by PT Panasonic Gobel Indonesia as a company that produces AC Alowa+ Panasonic. Green product innovations have amounted to 42.5% of customer satisfaction. From the results of research on hypothesis testing can be aware that green's product innovation has a positive influence on the customer satisfaction.

Keywords: green product innovation, customer satisfaction