

Persaingan dalam distro di Semarang akhir-akhir ini cukup ketat. Salah satu langkah dalam memenangkan persaingan ini, adalah dengan memberikan kepuasan pada konsumen, termasuk pada konsumen distro paint shop Semarang dengan cara meningkatkan bauran pemasaran melalui produk dan pelayanan. Selama ini paint shop distro telah melakukan perbaikan dalam hal produk maupun pelayanan, yang menjadi pertanyaan adalah apakah produk dan pelayanan secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen paint shop distro. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara produk dan pelayanan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen pada distro paint shop di Semarang agar dapat digunakan sebagai acuan pikiran atau pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan mutu produk dan kualitas pelayanan demi memenuhi kepuasan konsumen dan bagi pembaca dapat membantu dalam menambah pengetahuan tentang perilaku konsumen yang dapat dijadikan landasan atau bahan informasi untuk penelitian-penelitian serupa di lain waktu yang akan datang. Tipe penelitian ini adalah yang digunakan dalam penelitian ini Explanatory Research, yaitu penelitian yang di ambil sampel dari 1 Populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok yang bertujuan untuk memberikan penjelasan hubungan kausal antara produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen terhadap konsumen distro paint shop Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen agar konsumen yang pernah melakukan pembelian produk distro paint shop Semarang, sedangkan teknik sampling yang di gunakan Random Probability Sampling dengan jumlah 67 konsumen atau pembeli, sumber data dalam penelitian ini berasal dari data primer yaitu data yang di peroleh langsung dari responden yang berkaitan melalui kuesioner, sedangkan data yang di gunakan dalam penelitian ini analisis regresi berganda. Hasil penelitian bahwa variabel produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen, besarnya berpengaruh 0,659 atau sebesar 65,9% sedang sisanya 34,1% di pengaruhi oleh variabel lain tidak yang tidak di masukan ke dalam model penelitian ini, hasil dari regresi berganda juga diketahui bahwa variabel produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan positif secara parsial terhadap konsumen.

Kata kunci: Produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen