

## ABSTRAK

Apple Computer (sekarang dikenal sebagai Apple, Inc) adalah kekuatan utama dalam revolusi Personal Computer (PC) yang berlangsung di tahun 1970-an dan '80s. Dan bahkan revolusi itu terus menerus berlangsung hingga kini berkat inovasi yang terus-menerus dilakukan oleh pihak pengembang Apple. Apple terus melakukan berbagai inovasi dalam prodaknya baik dalam segi fitur, design, ukuran, dll. Dan salah satu prodak apple yang sedang menggetarkan pasar sekarang ini dalam bentuk tablet adalah ipad. Ipad diminati berbagai kalangan baik anak-anak, pelajar, mahasiswa, bahkan orang dewasa. Tujuan orang memiliki Ipad juga beranekaragam, mulai dari sebagai alat penghibur, bahkan alat bantu dalam bekerja. Semakin lama, ipad seakan-akan bergeser dari prodak yang bersifat keinginan menjadi suatu kebutuhan.

Hipotesis penulis yang menduga bahwa variabel bebas (X), yang terdiri dari Produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), Merek ( $X_3$ ), berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Terhadap konsumen Ipad Apple di Surabaya telah terbukti. Hal ini dapat dibuktikan dengan menggunakan uji F, dimana hasil yang didapatkan adalah menunjukkan  $F_{hitung}$  sebesar 5.228 menggunakan taraf signifikan 0,05 dan derajat kebebasan ( $df$ ) = 3,106 sehingga di ketahui  $F_{tabel}$  sebesar 2,59 karena  $F_{hitung} 5.228 > F_{tabel} 2,59$  maka  $H_0$  di tolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), merek ( $X_3$ ), secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hipotesis penulis yang menduga bahwa variabel bebas (X), yang terdiri dari Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Merek ( $X_3$ ), berpengaruh secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) terhadap konsumen ipad Apple di Surabaya telah terbukti. Produk ( $X_1$ )  $t$  hitung (0,701) <  $t$  tabel (1,982), Harga ( $X_2$ )  $t$  hitung (1,062) <  $t$  tabel (1,982), Merek ( $X_3$ )  $t$  hitung (3,835) >  $t$  tabel (1,982). Variabel yang berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Konsumen adalah variabel Merek karena memiliki nilai *Standardized Coefficients-beta* tertinggi sebesar 0,309 dari pada variabel bebas lainnya sehingga dapat diketahui bahwa Harga merupakan variabel yang berpengaruh secara dominan dan hipotesis pertama adalah variabel merek tidak terbukti.