

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CASHLESS
TRANSACTION DAN EMOTIONAL DESIGN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS PADA WARUNG PECEL LELE DAERAH
JOHAR BARU, JAKARTA)**

ABSTRAK

***Abstract :** The purpose of this research to understand the effect of product quality, cashless transactions and emotional design on customer satisfaction at pecel lele stalls in Johar Baru, Jakarta. This type of research utilizes a quantitative method. The sample harvesting technique uses a purposive sampling of 140 respondents who have purchased products directly at the Johar Baru pecel lele shop, Jakarta. The analysis technique used in this research is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, and hypothesis testing. The results of the hypothesis test show that the variable product quality has no significant effect on customer satisfaction, while cashless transactions and emotional design have a significant effect on customer satisfaction. Moreover, Product quality, cashless transaction and emotional design simultaneously have a significant influence on consumer satisfaction.*

***Keywords :** product quality, cashless transactions, emotional design , customer satisfaction*

***Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, cashless transaction dan emotional design terhadap kepuasan konsumen pada warung pecel lele Daerah Johar Baru, Jakarta Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yaitu 140 responden yang pernah melakukan pembelian produk secara langsung di warung pecel lele Johar Baru, Jakarta. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis. Hasil dari uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan cashless transaction dan emotional design memiliki pengaruh yang signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, kualitas produk, cashless transaction dan emotional design secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen.*

***Kata kunci :** kualitas produk, cashless transaction, emotional design , Kepuasan konsumen*