

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Kripik Aneka Rasa Sukowono Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 60 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (0,386), harga (0,279) dan citra merek (0,338), semuanya berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dari uji t diperoleh hasil kualitas produk (0,000), harga (0,003) dan citra merek (0,001), semuanya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari uji F diperoleh hasil kualitas produk, harga dan citra merek, semuanya berpengaruh signifikan (0,000) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil uji determinasi diperoleh 69,3% variasi variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas produk, harga dan citra merek, sedangkan sisanya sebesar 30,7% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

Kata kunci: signifikan dan kepuasan pelanggan

ABSTRACT

This research is conducted to customers of Kripik Aneka Rasa Sukowono Jember. The aim from this research is to know the effect from quality of product, price, and brand image toward the customers satisfaction. In this research collected of data with observation, interview and questionnaire toward 60 respondents with purposive sampling technique. This is doing to know the perceptions from respondents about each variable. Data instrument test (Validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classic assumption test (Normality test, Multicollinearity test, heteroskedasticity test), and hypothesis test (F test, t test, determination coefficient) will be used to analyze. From regression analysis, we know that quality of product (0,328), price (0,386), and brand image (0,279) have the positive effect for the customers satisfaction. From t test resulting quality of product (0,000), price (0,003), and brand image (0,001), that mean all of three variables have significance influential toward customers satisfaction. From F test resulting quality of product, price, and brand image, that mean all of three variables have simultaneous significance influential (0,000) toward the customers satisfaction. Coefficient of determination analyze finding 69,3% from variation customers satisfaction can explained by quality of product, price, and brand image and then 30,7 residual explained by another variabel from this research.

Key words: *significance and customers satisfaction*