

ABSTRAK

Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Suatu produk atau jasa akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Suatu produk akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Namun usaha untuk memuaskan konsumen sangatlah sulit karena persaingan yang begitu ketat dan perubahan lingkungan sosial mempengaruhi perilaku konsumen serta tingkat pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif dengan menggunakan uji instrumen, Uji Asumsi Klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *Frenchise* Minuman Nyot-Nyot di Panarukan Situbondo. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Frenchise* Minuman Nyot-Nyot di Panarukan Situbondo. *Branding Image* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *Frenchise* Minuman Nyot-Nyot di Panarukan Situbondo.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, *Branding Image*, Kepuasan konsumen

ABSTRACT

The level of consumer satisfaction with an item or service will reflect the level of success of the company in marketing its products. A product or service will fail if it cannot provide satisfaction to consumers. The level of consumer satisfaction with an item or service will reflect the level of success of the company in marketing its products. A product will fail if it cannot provide satisfaction to consumers. However, trying to satisfy consumers is very difficult because competition is so tight and changes in the social environment affect consumer behavior and the rate of economic growth is getting higher. The method used in this research is quantitative method using instrument test, Classical Assumption Test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The results showed that product quality had an effect on consumer satisfaction at Frenchise Beverage Nyot-Nyot in Panarukan Situbondo. Price has an effect on consumer satisfaction at Frenchise Nyot-Nyot Drinks in Panarukan Situbondo. Branding Image has an effect on consumer satisfaction at Frenchise Nyot-Nyot Drinks in Panarukan Situbondo.

Keywords: Product Quality, Price, Branding Image, Consumer Satisfaction

