

ABSTRAK

Tingginya persaingan di dunia usaha membuat perusahaan semakin gencar membuat inovasi-inovasi baru guna melawan ketatnya persaingan untuk memperoleh konsumen. Tingkat kesuksesan perusahaan dipengaruhi dengan seberapa besar kepuasan yang dirasakan melalui kualitas produk, brand trust dan citra merek produk dalam persepsi konsumen. Tujuan penelitian untuk mengetahui kualitas produk, *brand trust* dan citra merek baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen. Objek penelitian adalah produk Aqua. Populasi penelitian adalah mahasiswa universitas muhammadiyah jember fakultas ekonomi program studi manajemen tahun angkatan 2013/2014 dan sampel penelitian sebanyak 75 responden. Alat analisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk, *brand trust* dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen. Pihak manajemen sebaiknya memperhatikan harapan dan penilaian konsumen agar terciptanya kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk.

Kata kunci : Kualitas produk, *brand trust*, citra merek, kepuasan

ABSTRACT

High competition in the business world make companies more incentive to create new innovations in order to fight the competition to get customers. The level of success of the company is affected by how much pleasure he experiences through quality products, brand trust and brand image in the consumer's perception of products. The aim of research to determine product quality brand trust and brand image both partially or simultaneously to consumer satisfaction. The object of research is the product Aqua. The study population was a University Student Muhammadiyah Jember Economics Faculty Workforce Management courses year 2013/2014 and samples are 75 respondents. The analysis tool uses multiple linear regression analysis. The results showed the quality of the product, brand trust and brand image has a positive and significant impact either simultaneously or partially to consumer satisfaction. The management should pay attention to the expectations and consumer ratings for the creation of customer satisfaction in consuming a product.

Keywords : *product quality, brand trust, brand image, satisfaction*