

ABSTRAK

Penelitian ini adalah bertujuan mengetahui pengaruh citra merek (X_1), harga (X_2), dan kualitas produk (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2013 pengguna *smartphone* Samsung. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan alat bantu kuesioner terhadap 60 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linier berganda, berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel citra merek (X_1), harga (X_2) dan kualitas produk (X_3) memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen yaitu citra merek (0,059), harga (0,431) dan kualitas produk (0,366). Hasil uji hipotesis didapat bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen sedangkan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Variabel bebas yang terdiri dari citra merek, harga dan kualitas produk, berpengaruh signifikan secara simultan terhadap terhadap variabel terikat kepuasan konsumen.

Kata kunci : citra merek, harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

This study was to determine the effect of brand image (X1), price (X2), and the quality of the product (X3) towards consumer satisfaction (Y). The population in this study were students of the Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Jember Prodi Force Management 2013 Samsung smartphone users. Data was collected by a questionnaire tools against 60 respondents using purposive sampling technique. Data analysis techniques used multiple linear regression analysis, based on results of multiple linear regression analysis showed that the variables of brand image (X1), price (X2) and product quality (X3) have a positive influence on consumer satisfaction consumers that the brand image (0.059), price (0.431) and quality of the product (0.366). Hypothesis test results obtained that the brand image does not have a significant effect partially on customer satisfaction and product quality while prices partially significant effect on customer satisfaction. The independent variable that consists of brand image, price and quality of the product, simultaneously significant effect on the dependent variable customer satisfaction.

Key words: brand image, price, product quality and consumer satisfaction