

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen air minum dalam kemasan (AMDK) merek Al-Qodiri, dengan studi kasus pada konsumen yang berdomisili di Perumahan Tegal Besar Permai, Kabupaten Jember. Dalam era globalisasi, persaingan bisnis semakin ketat, dan perusahaan dituntut untuk terus berinovasi dan mempertahankan kualitas untuk memenangkan persaingan pasar. Kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan, dan citra merek yang baik dapat menciptakan persepsi positif yang berujung pada kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui survei terhadap 47 konsumen Al-Qodiri. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk yang baik, harga yang kompetitif, dan citra merek yang positif terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: citra merek, kualitas produk, harga, kepuasan konsumen, AMDK Al-Qodiri.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, product quality, and price on customer satisfaction of Al-Qodiri branded bottled drinking water (BDW), with a case study on consumers residing in Tegal Besar Permai Housing, Jember Regency. In the era of globalization, business competition is becoming increasingly fierce, and companies are required to continuously innovate and maintain quality to win market competition. Customer satisfaction is a crucial factor in building customer loyalty, and a good brand image can create positive perceptions that lead to customer satisfaction. The research method used is quantitative, with data collected through a survey of 47 Al-Qodiri consumers. The data obtained were analyzed using multiple linear regression methods to determine the influence of each independent variable on customer satisfaction. The results showed that brand image, product quality, and price have a significant effect on customer satisfaction. Good product quality, competitive prices, and a positive brand image have been proven to increase customer satisfaction.

Keywords: brand image, product quality, price, customer satisfaction, Al-Qodiri BDW.

