

## ABSTRAK

Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Citra Merek (*Brand Image*) Tahu Susu Lembang (The Big Price Cut Group), Kabupaten Bandung Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Objek penelitian adalah konsumen Tahu Susu Lembang dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Metode analisis data yang digunakan, yaitu analisis jalur (*path analysis*), korelasi berganda dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan. Pada hasil pengujian hipotesis kedua, variabel kualitas produk, harga, promosi dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek (*brand image*) baik secara parsial maupun simultan.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi, Kepuasan Konsumen dan Citra Merek (*Brand Image*).**

## **ABSTRACT**

*Marketing management is the art and science of choosing target markets and reaching, maintaining, and growing customers by creating, delivering and communicating superior customer value.*

*The purpose of this study is to know the influence of quality product, price and promotion to consumer satisfaction and its impact on brand image Tahu Susu Lembang (The Big Price Cut Group), Kabupaten Bandung Barat. The research method used is descriptive and verification. The object of research is the consumer Tahu Susu Lembang with a total sample of 96 respondents. Methods of data analysis used is path analysis, multiple correlation and coefficient of determination.*

*Based on the results of testing the first hypothesis shows that the variable quality of product, price and promotion have a positive and significant impact on customer satisfaction either partially or simultaneously. In the second hypothesis testing result, product quality, price, promotion and consumer satisfaction have positive and significant effect to brand image both partially and simultaneously.*

**Keywords : Quality Product, Price, Promotion, Consumer Satisfaction and Brand Image**