**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KARTU KUOTA SMARTFREN**

**(Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Pasundan Bandung)**

**DRAFT SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat sidang skripsi

Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Asep Haerul Rahmat

144010201



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2019**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KARTU KUOTA SMARTFREN**

**(Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Pasundan Bandung)**

**DRAFT SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat sidang skripsi

Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan

Bandung, Februari 2019

Menyetujui,

Pembimbing

Dr. H. Undang Juju, SE, MSi

Dekan, Ketua Program Studi,

Dr. Atang Hermawan, SE., MSIE., AK Wasito, SE, MSIE

**ABSTRAK**

Kemajuan teknologi internet mengubah cara pandang orang dalam melihat lingkungan sekitar dan dunia dalam era globalisasi, teknologi informasi dan komunikasi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat dan menjadi salah satu kebutuhan untuk menunjang aktivitas dan berkomunikasi tanpa batasan jarak dan waktu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap kepuasan konsumen kartu kuota Smartfren. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling menggunakan *nonprobability sampling*, dengan cara *accidental sampling*. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis linier berganda, analisis koefisien korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi. Hasil dari penelitian menunjukan bahwa citra merek dan harga secara simultan mempunyai kontribusi pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien determinasi yaitu sebesar 48,1%. Kontribusi pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 19,6% dan kontribusi harga terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 28,4%. Sisanya 51,9 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Maka citra merek dan harga terhadap kepuasan konsumen berpengaruh secara simultan maupun secara parsial.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Kepuasan Konsumen

***ABSTRACT***

*The progress of internet technology is changing the way people perceive the environment and the world in the era of globalization, information and communication technology is a thing that cannot be separated from people's lives and is one of the needs to support activities and communicate without distance and time limitations. This study aims to determine the effect of brand image and price on consumer satisfaction Smartfren quota cards. This study uses descriptive and verification methods. Sampling technique uses nonprobability sampling, by accidental sampling. Analysis of the data used is using multiple linear analysis, multiple correlation coefficient analysis, and coefficient of determination analysis. The results of the study show that the brand image and price simultaneously have an influence on consumer satisfaction with a coefficient of determination that is equal to 48.1%. The contribution of the influence of brand image to consumer satisfaction is 19.6% and the price contribution to consumer satisfaction is 28.4%. The remaining 51.9 is influenced by other variables not examined. Then the brand image and price to customer satisfaction have an effect simultaneously or partially.*

*Keywords: Brand Image, Price, Consumer Satisfaction*