

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen (survei pada pengguna *Scarlett Whitening* pada Toko Bagja) secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 61 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen secara simultan 56,7% dan sisanya 43,4% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 35,04% dan pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen sebesar 21,65%, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and brand image on consumer satisfaction (a survey of Scarlett Whitening users at Bagja Stores) simultaneously or partially. The research method used is descriptive and verification method with a total sample of 61 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation and coefficient of determination.

The results showed that there was a positive and significant influence between product quality and brand image on consumer satisfaction. The amount of the influence of product quality and brand image on consumer satisfaction simultaneously is 56.7% and the remaining 43.4% is influenced by other variables not examined. Partially, the effect of product quality on consumer satisfaction is 35.04% and the influence of brand image on consumer satisfaction is 21.65%, so it can be concluded that product quality has the greatest influence on consumer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Brand Image and Consumer Satisfaction