

INTISARI

Kepuasan konsumen telah menjadi isu sangat penting, dan banyak perusahaan menginvestasikan sumber daya konsumen dan terus berupaya untuk mencari informasi bagaimana cara meningkatkan kepuasan konsumen. Strategi citra merek, kualitas produk serta promosi merupakan strategi yang dapat digunakan bisnis Bakpia Pathok 25 untuk mempengaruhi kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap kepuasan konsumen. Pihak manajemen perusahaan juga dituntut dapat meningkatkan dan mempertahankan konsumen, salah satunya dengan meningkatkan pencitraan terhadap merek, kualitas produk dan promosi sehingga kepuasan konsumen menjadi tujuan utama perusahaan serta senantiasa memberikan ciri pembeda dengan produk pesaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh baik secara simultan dan parsial dari citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada Bakpia Pathok 25.

Citra merek adalah apa yang dipersepsikan oleh konsumen mengenai sebuah produk. Kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Promosi adalah cara yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan produk dan manfaatnya kepada konsumen. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Signifikansi menggunakan statistik Uji-F dan Uji-t. Untuk menguji secara simultan maka digunakan uji-F dengan hasil $F_{hitung} = 8.718$ dengan tingkat signifikan 0,000 artinya citra merek, kualitas produk, dan promosi secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, promosi, kepuasan konsumen.

ABSTRACT

Consumer satisfaction has been one of the most important issues, and many companies invest the resources they have in order to make their consumers satisfy and keep on seeking information on how to gain consumer satisfaction. Strategies of brand image, product quality and promotion are strategies that can be used business Bakpia Pathok 25 to influence consumer satisfaction. The objectives of this research are to analyze the influence of brand image, product quality and promotion on consumer satisfaction. Management companies are also required to improve and maintain the consumer, one of them by improving the brand image, product quality and customer satisfaction campaign to become the company's main goal and always provide the distinguishing feature with a competitor's product. This study aimed to determine the effect of both simultaneously and partially from brand image, product quality, and promotion of consumer satisfaction in Bakpia Pathok 25.

Brand image is what perceived by the consumer regarding a product. Product quality is the overall quality or superiority of product or service associated with what is expected by the customer. Promotion is the way that businesses use to communicate the product and its benefits to consumers. Analysis using multiple linear regression. Statistical significance using the f-test and t-test. To simultaneously test the F-test was used to calculate the results $F = 8.718$ with a significant level 0.000 that image of brand, quality products, and promotion of mutual influence on customer satisfaction.

Keywords: *brand image, product quality, promotion, customer satisfaction*