

ABSTRAK

Maya Sonia Ismayar, 2021. *Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Cupa-cupa Snack Pada Masyarakat di Kabupaten Pangandaran.*

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan bisnis di bidang industri kuliner yang sedang berkembang pesat sehingga menimbulkan persaingan ketat dalam bisnis tersebut. Perusahaan bersaing agar dapat mengalahkan perusahaan lainnya. Perusahaan juga harus mampu menentukan rencana pemasaran yang tepat, menciptakan suatu produk dengan karakteristik yang khas dan memiliki keunikan sendiri dari suatu produk tersebut.

Dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) Besarnya pengaruh *brand image* terhadap kepuasan konsumen cupa-cupa *snack* pada masyarakat di Kabupaten Pangandaran. 2) Besarnya pengaruh kualitas produk halal terhadap kepuasan konsumen cupa-cupa *snack* pada masyarakat di Kabupaten Pangandaran. 3) Besarnya pengaruh *brand image* dan kualitas produk halal terhadap kepuasan konsumen Cupa-cupa *snack* pada masyarakat di Kabupaten Pangandaran.

Metode yang dipakai yaitu kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer yang peneliti gunakan yakni wawancara yang dilakukan dengan *owner/founder* Cupa-Cupa *Snack* dan hasil kuesioner yang diperoleh dari konsumen Cupa-Cupa *snack* di Kabupaten Pangandaran, sedangkan untuk data sekundernya yaitu data masyarakat Kabupaten Pangandaran berusia 15-54 tahun yang diperoleh dari BPS Pangandaran 2021.

Penelitian yang telah dilakukan memperoleh hasil : 1) Secara parsial, hasil dari pengujian regresi memperlihatkan bahwa ditemukannya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel *brand image* terhadap kepuasan konsumen 2) Secara parsial, hasil dari pengujian regresi memperlihatkan bahwa ditemukan pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel kualitas produk halal terhadap kepuasan konsumen 3) Secara simultan, dari hasil pengujian regresi yang dilakukan menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan pada variabel *brand image* dan kualitas produk halal terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: *Brand image*, Kualitas produk, Produk halal, Kepuasan konsumen