

ABSTRAK

Muhammad Lukman Cahyadi (1199240117): “PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BATAGOR HAJI ISAN BANDUNG”.

Di masa kini, kuliner termasuk salah satu bidang bisnis yang berkembang pesat di Indonesia, khususnya di Kota Bandung. Salah satu kuliner yang merupakan khas dari Bandung yakni batagor. Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan suatu produk atau layanan kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan. Fenomena yang terjadi pada faktor kepuasan konsumen yakni dimana saat ini banyak yang menjual produk batagor yang beredar di Kota Bandung, diantaranya Batagor Haji Isan sebagai pelopor produk batagor, Batagor Kingsley, Batagor Riri dan lain-lain. Hal tersebut membuat masyarakat bisa merasakan kepuasan yang didapat setelah membandingkan suatu produk hasil perusahaan terhadap harapan yang diinginkan akan produk tersebut, serta mencari tahu informasi mengenai citra merek dan kualitas produk untuk menciptakan suatu kepuasan terhadap konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Batagor Haji Isan Bandung, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini untuk menjawab pertanyaan penelitian di atas dengan menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Populasi penelitian ini adalah konsumen Batagor Haji Isan Bandung. Perhitungan sampel memakai rumus Slovin dan didapat jumlah sampel sebanyak 60 orang, dengan menggunakan metode *purposive sampling*, sedangkan teknik pengambilan data pada penelitian ini melalui studi lapangan yaitu berupa kuesioner (angket).

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa (1) Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sedangkan secara simultan menunjukkan bahwa Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dalam hal ini kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 78% dan sisanya 22% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

ABSTRAK

Muhammad Lukman Cahyadi (1199240117): “PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BATAGOR HAJI ISAN BANDUNG”.

Di masa kini, kuliner termasuk salah satu bidang bisnis yang berkembang pesat di Indonesia, khususnya di Kota Bandung. Salah satu kuliner yang merupakan khas dari Bandung yakni batagor. Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan suatu produk atau layanan kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan. Fenomena yang terjadi pada faktor kepuasan konsumen yakni dimana saat ini banyak yang menjual produk batagor yang beredar di Kota Bandung, diantaranya Batagor Haji Isan sebagai pelopor produk batagor, Batagor Kingsley, Batagor Riri dan lain-lain. Hal tersebut membuat masyarakat bisa merasakan kepuasan yang didapat setelah membandingkan suatu produk hasil perusahaan terhadap harapan yang diinginkan akan produk tersebut, serta mencari tahu informasi mengenai citra merek dan kualitas produk untuk menciptakan suatu kepuasan terhadap konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Batagor Haji Isan Bandung, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini untuk menjawab pertanyaan penelitian di atas dengan menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Populasi penelitian ini adalah konsumen Batagor Haji Isan Bandung. Perhitungan sampel memakai rumus Slovin dan didapat jumlah sampel sebanyak 60 orang, dengan menggunakan metode *purposive sampling*, sedangkan teknik pengambilan data pada penelitian ini melalui studi lapangan yaitu berupa kuesioner (angket).

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa (1) Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sedangkan secara simultan menunjukkan bahwa Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dalam hal ini kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 78% dan sisanya 22% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen