ABSTRAK

Nama: Muslim, NIM: 121401052, Judul Skripsi: ***Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen*** **(Studi Kasus Produk Air Minum Kemasan di PT. BAROS, Serang)**

kualitas produk berarti kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya, yang meliputi daya tahan, keandalan, presisi, kemudahan penggunaan, dan perbaikan, serta ciri – ciri lain yang menunjukan nilainya. Meskipun beberapa ciri tersebut dapat diukur secara obyektif, dari sudut pandang pemasaran, kualitas harus diukur menurut persyaratan persepsi konsumen. Citra merek ialah keinginan konsumen berpikir, merasa dan berbuat terhadap merek. kepuasan konsumen dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Adakah pengaruh kualitas produk dan citra merek air minum dalam kemasan baros terhadap kepuasaan konsumen? 2) Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan citra merek air minum dalam kemasan baros terhadap kepuasaan konsumen?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah 1) Adakah pengaruh kualitas produk dan citra merek air minum dalam kemasan baros terhadap kepuasaan konsumen. 2) Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan citra merek air minum dalam kemasan baros terhadap kepuasaan konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah desain deskriptif yang bertujuan untuk menguraikan sifat atau karakteristik dari suatu fenomena tertentu, dan instrumen Koefisien determinasi, berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap Y. Selanjutnya digunakan metode data SPSS 16.0 dengan menggunakan rumus – rumus statistik guna mengetahui besar pengaruh diantara variabel Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y).

Hasil analisis Koefisien Determinasi menghasilkan pengaruh anatara X1 dan X2 secara simultan (bersama – sama) terhadap Y sebesar 65,7 % . nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (58,430 > 3,15), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan Ha diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan anatar Kualitas Produk dan Citra Merek Air Minum dalam Kemaan BAROS secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kualitas produk Al-Qur'an menjelaskan tentang bagaimana memilih makanan (produk) yang halal untuk dipakai ataupun dikonsumsi oleh manusia (konsumen). Sebagaimana telah dijelaskan dalam surat Al-Baqarah ayat 172.

Citra merek juga menggambarkan kepribadian. Merek akan menarik orang yang gambaran sebenarnya dan citra dirinya cocok dengan citra merek. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Ahzab ayat 21.

Kata kunci *: Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen*