

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Citra Merek dan Kualitas jasa terhadap Kepuasan Pelanggan Icon +. Faktor yang diuji dalam penelitian ini adalah Citra Merek dan Kualitas jasa sebagai variabel independen. Sedangkan Kepuasan Pelanggan pada produk Icon + sebagai variabel dependen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang ingin membeli produk Icon + dan tertarik untuk menggunakan produk Icon +. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non – probability sampling* menggunakan teknik *sensus sampling*, dengan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 152 orang. Sedangkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis koefisien korelasi *rank spearman* dan koefisien determinasi pada taraf signifikan 5%. Program yang digunakan dalam menganalisis data menggunakan *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) Ver. 20.00*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek memberikan kontribusi pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 24,60% sedangkan sisanya sebesar 75.40% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini. Dan hasil penelitian menunjukkan Kualitas jasa memberikan kontribusi pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 28.84% sedangkan 71.16% dapat disajikan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas jasa , Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This research intend to know how the influence of the Brand image and Service Quality to Customer Satisfaction buy products on Icon +. The factors that examined in this research are the Brand image and Service Quality as independent variable. Meanwhile, Customer Satisfaction products on Icon + as dependent variable. The methodes used in this research are the descriptive and the verification method. Population in this research that customer Icon +, and interested use product on Icon +. The sample determination technique that is utilized in this research is non probability sampling by using the sensus sampling, with the sample amount to 152 person. Meanwhile the analysis method that is used in this research is the rank spearman correlation coefficient analysis and the determinant coefficient on significance level 5%. Program that is utilized to analyze the data is the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) Ver. 20. 00. In this research stated that the questionnaire are valid and reliable. The result of this research shows that the Brand image gives the contribution of influence Customer Satisfaction as big as 24,60%, meanwhile 75.40% can be explained by the other variables in the external model of this research. The research result shows that Service Quality gives the contribution of influence Customer Satisfaction as big as 28.84% meanwhile 71.16% can be explained by the other variables in the external model of this research.

Key word: Brand image, Service Quality, Customer Satisfaction