

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung” ini ditulis oleh Alfin Luthfiani, NIM. 126405201027, pembimbing Muhammad Alhada Fuadilah Habib, S.Sosio., M.A.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh, UMKM Sale Pisang “Mawar” menjadi salah satu potensi unggulan diantara beberapa UMKM yang ada di Desa Jabalsari yang pemasaran produknya sudah berhasil sampai ke luar kota seperti Kediri dan Malang. Kondisi ini tidak lepas dari faktor kepuasan pelanggan yang tinggi. Dengan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengkaji pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung. 2) Untuk mengkaji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung. 3) Untuk mengkaji pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung. 4) Untuk mengkaji pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yaitu jenis penelitian yang menjelaskan hubungan antar dua variabel atau lebih yang mengacu pada hubungan kausal. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Non Probability Sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung dengan jumlah sampel yang tidak diketahui secara pasti. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada konsumen untuk dijawab. Hasil data tersebut kemudian dianalisis menggunakan uji-uji dalam SPSS 16.

Hasil penelitian pada uji t dan uji F menunjukkan bahwa: 1) Kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung. 2) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung. 3) Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung. 4) Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sale Pisang “Mawar” Jabalsari Tulungagung.

**Kata kunci:** Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek

## **ABSTRACT**

*The thesis with the title "The Influence of Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of the Sale Pisang "Mawar" Jabalsari Tulungagung" was written by Alfin Luthfiani, NIM. 126405201027, supervisor Muhammad Alhada Fuadilah Habib, S.Sosio. M.A.*

*This research was motivated by the MSME Sale "Mawar" is one of the superior potentials among several MSMEs in Jabalsari Village whose product marketing has succeeded in reaching outside cities such as Kediri and Malang. This condition cannot be separated from the high customer satisfaction factor. With this phenomenon, researchers are interested in knowing the influence of product quality, price perception, and brand image on customer satisfaction of the Sale Pisang "Mawar" Jabalsari Tulungagung.*

*The purpose of this research are 1) To examine the influence of product quality, price perception and brand image simultaneously on customer satisfaction of the Sale Pisang "Mawar" Jabalsari Tulungagung. 2) To examine the influence of product quality on customer satisfaction of the Sale Pisang "Mawar" Jabalsari Tulungagung. 3) To examine the influence of price perception on customer satisfaction of the Sale Pisang "Mawar" Jabalsari Tulungagung. 4) To examine the influence of brand image on customer satisfaction of the Sale Pisang "Mawar" Jabalsari Tulungagung.*

*This research uses a quantitative approach with associative research, namely a type of research that explains the relationship between two or more variables which refers to a causal relationship. The sampling method used was Non Probability Sampling with accidental sampling technique. The population in this research is consumers who have purchased Jabalsari Tulungagung "Mawar" Banana Sale products with an unknown sample size. The data collection technique used is a questionnaire by giving a set of written statements or questions to consumers to answer. The data results were then analyzed using tests in SPSS 16*

*The results of the research on the t test and F test show that: 1) Product quality, price perception and brand image simultaneously have a significant effect on customer satisfaction of the Sale Pisang "Mawar" Jabalsari Tulungagung. 2) Product quality has a significant effect on customer satisfaction of the Sale Pisang "Mawar" Jabalsari Tulungagung. 3) Price perception has significant effect on customer satisfaction of the Sale Pisang "Mawar" Jabalsari Tulungagung. 4) Brand image does not have significant effect on customer satisfaction at the of the Sale Pisang "Mawar" Jabalsari Tulungagung.*

**Keywords:** *Customer Satisfaction, Product Quality, Price Perception, Brand Image*