

R.M. Kusumawati. 15219728

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BRAND H&M DI
JABODETABEK**

Penelitian Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma,
2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Brand H&M di Jabodetabek. Metode penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linier berganda, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrument kuesioner, dan data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan alat bantu pengujian adalah SPSS 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan persamaan regresi adalah $Y = 2,102 + 0,200X_1 + 0,068X_2 + 0,637X_3 + e$. Berdasarkan analisis data dan indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Uji asumsi klasik diperoleh model regresi berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, tidak terjadi heteroskedastisitas. Secara individual, variabel yang memiliki pengaruh yang lebih besar adalah variabel kualitas produk 0,637. Variabel citra merek sebesar 0,200 dan persepsi harga sebesar 0,068. Uji t menunjukkan bahwa variabel citra merek, persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Uji F dapat diketahui bahwa variabel independen layak untuk menguji variabel dependen kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi (nilai R Square) diperoleh sebesar 0,530 bahwa persentase pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas produk sebesar 53% sedangkan 47% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan kedalam penelitian ini.

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

xi + 53 + Lampiran