

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan hal yang menarik, yang utama ketika saat pelanggan merasa harga diri bertambah dan bangga dengan produk yang mereka gunakan. Harga diri yang meningkat memiliki efek konsumen senang dan akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk itu lagi. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi yaitu dari segi kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional pelanggan, citra produk, iklan, persepsi tentang harga, kemudahan, promosi produk, pengalaman tentang pribadi, iklan, rekomendasi orang lain dan masih banyak lainnya. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis serta mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan studi konsumen motor Yamaha Nmax di Kota Semarang.

Populasi dalam penelitian ini merupakan pengguna motor Yamaha Nmax di Semarang. Tepatnya kepada komunitas pengendara sepeda motor Nmax. Sampel di penelitian ini sejumlah seratus orang. Untuk teknik pengambilan sampel digunakan *non probability sampling*. Terdapat satu ketentuan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan motor Yamaha Nmax di Kota Semarang. Peralatan untuk analisis yang perlu dipakai yaitu uji reliabilitas, uji validitas, regresi linear berganda.

Dari hasil perhitungan analisis ini, bisa diketahui bahwa : kualitas produk punya pengaruh signifikan kepada kepuasan konsumen. Untuk citra merek tidak memiliki pengaruh signifikan kepada kepuasan konsumen, sedangkan untuk persepsi harga punya pengaruh kepada kepuasan konsumen.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Consumer satisfaction is an interesting thing, the main thing when the customer feels self-esteem increases and proud of the products they use. Increased self-esteem has a happy consumer effect and will encourage consumers to make repeat purchases of that product again. There are several factors that can affect, namely in terms of service quality, product quality, customer emotional, product image, advertising, perceptions about prices, convenience, product promotion, personal experiences, advertisements, recommendations of others and many others. The purpose of this study is to analyze and determine the effect of product quality, brand image, and price perception on customer satisfaction studies of Yamaha Nmax consumers in Semarang.

The population in this study were Yamaha Nmax motorcycle users in Semarang. Precisely to the Nmax motorcycle rider community. The sample in this study was a hundred people. For sampling technique used non probability sampling. There is one sample requirement in this study is customers who use Yamaha Nmax motorcycles in the city of Semarang. Tools for analysis that need to be used are reliability test, validity test, multiple linear regression.

From the results of the calculation of this analysis, it can be seen that: product quality has a significant influence on customer satisfaction. For brand image does not have a significant effect on customer satisfaction, while for price perception has an influence on consumer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price Perception, and Consumer Satisfaction.