

## ABSTRAK

**Srvisakha, Putu Ayu Lalita** (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Motor Yamaha Nmax Di Denpasar Bali.

Tesis, Ilmu Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha.

Tesis ini sudah disetujui dan diperiksa oleh Pembimbing I : Trianasari, MM, Ph.D., dan Pembimbing II : Dr. Dra. Ni Made Suci. M.Si.

Kata-kata kunci: Citra Merek, Kepuasan Kualitas Produk, Persepsi Harga

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada motor Yamaha NMAX secara parsial dan simultan. Lokasi penelitian adalah Dealer Yamaha di Kota Denpasar. Subyek dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan motor Yamaha NMAX di wilayah Denpasar Bali. Objek penelitian ini adalah kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan konsumen. Purposive sampling digunakan untuk memilih 190 peserta yang menjadi sampel penelitian. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan penyebaran kuisioner. yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan: (1) kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (2) variabel Persepsi Harga terhadap kepuasan konsumen memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 (3) variabel citra merek terhadap kepuasan konsumen memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,040 yang berarti bahwa , kualitas produk, persepsi harga dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna sepeda motor Yamaha NMAX di Denpasar. 4) Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas produk, Persepsi Harga dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **ABSTRACT**

**Srvisakha, Putu Ayu Lalita** (2024). *The Influence of Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Consumer Satisfaction of Yamaha Nmax Motorcycles in Denpasar, Bali.*

*Thesis, Management Science, Postgraduate Program, Ganesha University of Education.*

*This thesis has been approved and examined by Supervisor I: Trianasari, MM, Ph.D., and Supervisor II: Dr. Dra. Ni Made Suci. M.Sc.*

*Key words: Brand Image, Satisfaction, Product Quality, Price Perception*

*The aim of this research is to analyze the influence of product quality, price perception and brand image on consumer satisfaction with Yamaha NMAX motorbikes partially and simultaneously. The research location is the Yamaha Dealer in Denpasar City. The subjects in this research were all customers who used Yamaha NMAX motorbikes in the Denpasar Bali area. The object of this research is product quality, price perception and brand image on consumer satisfaction. Purposive sampling was used to select 190 participants to become the research sample. Google Forms were used to fill out the questionnaire as part of the data collection strategy. What was collected was analyzed using multiple linear analysis to determine how much influence the independent variable had on the dependent variable. The research results show: (1) product quality partially influences consumer satisfaction with a significance value of 0.000 (2) the Price Perception variable on consumer satisfaction obtains a significance value of 0.001 (3) the brand image variable on consumer satisfaction obtains a significance value of 0.040, which means that, product quality, price perception and brand image have a significant effect on consumer satisfaction of Yamaha NMAX motorbike users in Denpasar. 4) The research results prove that product quality, price perception and brand image simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction.*