

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PRODUK *SUNSCREEN* AZARINE DI
KOTA SINGARAJA**

Oleh

Luh Putu Ayu Utami, NIM 2117041127

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan produk *sunscreen* Azarine di Kota Singaraja. Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan desain penelitian kausal, dimana pengujian dilakukan dengan cara parsial dan simultan. Metode pengambilan sampelnya menggunakan Teknik *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 140 pelanggan *sunscreen* Azarine di Kota Singaraja. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden pelanggan *sunscreen* Azarine. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Sebelum melakukan analisis regresi liner berganda, dilakukan uji asumsi klasik dengan melakukan uji normalita, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan kepuasan pelanggan pada produk *sunscreen* Azarine di Kota Singaraja. (2) kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk *sunscreen* Azarine di Kota Singaraja.

Kata-kata kunci : citra merek, kepuasan pelanggan, kualitas produk

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON
CUSTOMER SATISFACTION OF AZARINE SUNSCREEN PRODUCTS IN
SINGARAJA CITY***

By

Luh Putu Ayu Utami, NIM 2117041127

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and brand image on customer satisfaction of Azarine sunscreen products in Singaraja City. This type of research uses quantitative with a causal research design, where testing is carried out in a partial and simultaneous manner. The sampling method uses the purposive sampling technique, with a sample size of 140 Azarine sunscreen customers in Singaraja City. Data collected through questionnaires distributed to Azarine sunscreen customer respondents. Data processing is carried out using the SPSS version 25 application. Before conducting multiple linear regression analysis, a classical assumption test was carried out by conducting a normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. The results of this study indicate that (1) product quality and brand image have a significant effect on customer satisfaction decisions on Azarine sunscreen products in Singaraja City. (2) Product quality has a significant effect on customer satisfaction. (3) brand image has a significant effect on customer satisfaction on Azarine sunscreen products in Singaraja City.

Keywords: brand image, customer satisfaction, product quality