

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *SKINCARE* MS GLOW DI SINGARAJA

R.N. MARGARETHA¹, M.P. ARIASIH²

¹Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Bali, Indonesia ²Jurusan
Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Bali, Indonesia e-mail:
romanatalia@undiksha.ac.id¹ mariasih@undiksha.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk, menguji variabel kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen. Rancangan penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis kuantitatif kausal. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat kota singaraja yang menggunakan skincare ms glow. Populasi dalam penelitian yaitu yang membeli produk skincare ms glow di singaraja dan teknik sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan 140 sampel. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1) dan citra merek (X2) dengan variabel terikat kepuasan konsumen (Y). metode pengumpul data menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan SPSS 30.0. penelitian ini menggunakan metode dan teknik analisis data regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (3) kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen skincare ms glow di singaraja

Kata kunci: kualitas produk, citra merek, kepuasan konsumen

Abstract

This study aims to examine the variables of product quality and brand image on consumer satisfaction. The research design used in this study is a causal quantitative analysis. The subjects in this study were residents of Singaraja who use MS Glow skincare. The population in this study were those who purchased MS Glow skincare products in Singaraja, and the sampling technique used was non-probability sampling with 140 samples. The independent variables in this study were product quality (X1) and brand image (X2), with the dependent variable being consumer satisfaction (Y). The data collection method used a questionnaire and was analyzed with SPSS 30.0. This study used multiple linear regression data analysis methods and techniques. The results showed that (1) product quality had a positive and significant effect on consumer satisfaction, (2) brand image had a positive and significant effect on consumer satisfaction, (3) product quality and brand image had an effect on consumer satisfaction of MS Glow skincare in Singaraja.

Keywords: product quality, brand image, consumer satisfaction.