

## ABSTRAK

Dalam penelitian ini penulis mengambil judul "Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan BlackBerry (Studi kasus Pada Top Star ITC Roxy Mas Jakarta Barat)." Tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kualitas produk, *brand image* dan kepuasan pelanggan, serta untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *brand image* terhadap kepuasan pelanggan BlackBerry pada Top Star ITC Roxy Mas Jakarta Barat.

Untuk mengukur dan menganalisa hubungan antara variabel-variabel tersebut di atas penulis menyebarkan 50 responden (konsumen) yang membeli produk BlackBerry pada Top Star ITC Roxy Mas Jakarta Barat. Kemudian dari hasil tanggapan responden yang dilakukan dengan metode statistik yaitu dengan statistik deskriptif, uji validitas dan uji reliabilitas, analisis validitas dan realibilitas, koefisien korelasi *spearman rank*, koefisien determinasi/regresi dan persamaan garis regresi berganda serta uji hipotesis: uji t (parsial) dan uji F (simultan).

Dari hasil penelitian diketahui bahwa tanggapan sebagian besar responden terhadap pelaksanaan kualitas produk yang dilakukan oleh Top Star ITC Roxy Mas dapat dikatakan baik atau setuju, Tanggapan sebagian besar responden terhadap *brand image* yang dilakukan oleh Top Star ITC Roxy Mas dapat dikatakan baik atau setuju, dan tanggapan sebagian besar responden terhadap kepuasan pelanggan Top Star ITC Roxy Mas dapat dikatakan baik atau setuju.

Hubungan antara variabel kualitas produk dengan kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0.825, maka dapat disimpulkan bahwa besarnya hubungan antara kualitas produk menunjukkan hubungan yang sangat kuat dan positif, dan hubungan antara variabel *brand image* dengan kepuasan pelanggan yaitu sebesar 0.740, maka dapat disimpulkan bahwa besarnya hubungan antara *brand image* menunjukkan hubungan yang kuat dan positif (searah).

Secara parsial ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan secara parsial ada pengaruh signifikan antara *brand image* terhadap kepuasan pelanggan. Ada pengaruh secara simultan antara kualitas produk dan *brand image* terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh kualitas produk dan *brand image* terhadap kepuasan pelanggan Top Star ITC Roxy Mas, berdasarkan analisis statistik diperoleh besarnya pengaruh kualitas produk dan *brand image* terhadap kepuasan pelanggan Top Star ITC Roxy Mas adalah sebesar 71.7%, artinya kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk dan *brand image* sebesar 71.7%, sedangkan sisanya sebesar 28.3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini, misalnya: atribut-atribut produk, harga, promosi, saluran distribusi, citra perusahaan dan kualitas layanan.

Kata kunci: Kualitas Produk, *Brand Image* dan Kepuasan Pelanggan