

## ABSTRAK

Penelitian ini mengungkapkan ada empat variabel yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga yang dirasakan terhadap kepuasan konsumen Sepatu Bata. Responden pada penelitian ini adalah masyarakat yang sudah menggunakan produk Sepatu Bata. Penelitian ini dilakukan terhadap 300 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu software statistik SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Sepatu Bata. Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Sepatu Bata.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen, Sepatu Bata.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*This study reveals that there are four variables that aim to determine the effect of brand image, product quality and price on consumer satisfaction with Bata Shoes. Respondents in this study were people who had used Sepatu Bata products. This research was conducted on 300 respondents using a quantitative approach. Analysis of the data used is multiple linear regression analysis with SPSS statistical software tools. The results of this study indicate that the price test has no significant effect on Bata Shoe Customer Satisfaction. Brand Image and Product Quality have a significant effect on Bata Shoe Consumer Satisfaction.*

*Keywords: Brand Image, Product Quality, Price, Consumer Satisfaction, Bata Shoes.*

