

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT. ERHA DERMACENTER PONDOK INDAH
JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1



Disusun Oleh :

Nama : Nurul Maulida

Nim : 041401503125161

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2019

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, SERVICE
QUALITY, AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER
SATISFACTION PT. ERHA DERMACENTER PONDOK
INDAH SOUTH JAKARTA**

THESIS

Presented As One Of The Condutions For Obtaining A Degree

BACHELOR OF ECONOMICS

Economic Studies Program Management – Strata 1



**ECONOMIC FACULTY
UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2019

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan penilaian dari hasil penelitian ini berdasarkan jawaban responden dengan menggunakan Skala Likert. Populasi dalam Penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian produk di Erha *Derma Center* Pondok Indah Jakarta Selatan sebanyak lebih dari 2 kali pembelian dan menjadi pelanggan dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 71 responden. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan Uji Instrument (Validitas dan Reliabilitas), Analisis Normalitas data, Uji Asumsi (Normalitas, Multikolonieritas, Heteroskedatisitas, Autokorelasi), Uji Koefisien Korelasi, Uji Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F, dan Kofisien Determinasi R^2 .

Dari hasil uji F (secara simultan), telah diperoleh hasil bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2), dan *Brand Image* (X3) mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), Sedangkan hasil uji t (Secara parsial) ditemukan variabel *Brand Image* (X3) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), tetapi sebaliknya dengan variabel (X1) dan (X2) terhadap (Y).

Kata Kunci: Kualitas Produk , Kualitas Layanan, *Brand Image*, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of Product Quality, Service Quality, and Brand Image on Customer Satisfaction. The method used in this study is a quantitative method and the assessment of the results of this study is based on respondents' answers using a Likert Scale. The population in this study were all customers who made product purchases at Erha Derma Center Pondok Indah, South Jakarta, more than 2 times the purchase and become customers and the sample in this study amounted to 71 respondents. The method of analysis in this study uses Instrument Test (Validity and Reliability), Data Normality Analysis, Assumption Test (Normality, Multicollinearity, Heteroscedasticity, Autocorrelation), Correlation Coefficient Test, Multiple Linear Regression Test, T Test, F Test, and Determination R².

From the results of the F test (simultaneously), the results have been obtained that the Product Quality variable (X1), Service Quality (X2), and Brand Image (X3) have an influence and significant on Customer Satisfaction (Y), while the t test results (Partially) found the variable Brand Image (X3) has no effect and is not significant to Customer Satisfaction (Y), but vice versa with variables (X1) and (X2) to (Y).

Keywords: Product Quality, Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction