

Bobby Adrian (5120192). Hubungan Antara Kualitas Produk dan Citra Merek pada Produk Makanan Cepat Saji. Skripsi. Sarjana Strata 1. Surabaya : Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Laboratorium Psikologi Industri dan Organisasi (2016).

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara kualitas produk dan citra merek dengan kepuasan konsumen pada mahasiswa-mahasiswi Universitas Surabaya. Penelitian ini menggunakan 165 angket, yang sebanyak 129 angket disebarakan secara online. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan cara *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, seluruh variabel memiliki korelasi dengan kepuasan konsumen. Yaitu korelasi yang positif antara kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $p=0.000$ dan nilai $r=0.643$. Secara parsial, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $p=0.000$ dan nilai korelasi $r=0.381$. Citra merek juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $p=0.040$ dan nilai korelasi $r=0.160$. Hasil tersebut dapat menunjukkan apabila kualitas produk dan citra merek semakin tinggi maka tingkat kepuasan konsumen juga semakin tinggi. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu menambahkan rata-rata pengeluaran mahasiswa dalam sebulan.

Kata kunci: *Makanan Cepat Saji, Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merek*

Abstract

The main purpose of this scientific research is to know correlation between product's quality and brand image with consumers' satisfaction in Surabaya University. This research distributes 165 questionnaires with 129 online questionnaires. The sample technique for this research was held with accidental sampling. The result simultaneously showed that all variables had correlation with customers' satisfaction. It was the positive correlation between product's quality and brand image toward customers' satisfaction with $p=0.000$ and $r=0.634$. Partially, product's quality would give some effects for customers' satisfaction with $p=0.000$ and correlation $r=0.381$. Brand image also gave some effects for customers' satisfaction with $p=0.040$ and correlation $r=0.160$. This result showed the higher product's quality and brand image is, the higher customers' satisfaction will be. Suggestion for next research is to add the average of student's outcome in a month.

Keyword: *Fast Food, Customer Satisfaction, Product Quality, Brand Images*