

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan: Pengaruh *Brand Image*, terhadap Kepuasan Konsumen, Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dan Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen, pada Janji Jiwa di Kedungmundu Semarang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling. Sampel dalam penelitian ini 100 orang dari pelanggan Janji Jiwa di Kedungmundu Semarang dan kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji T dan uji F, serta analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ). Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reabilitas dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = 2,184 + 0,267 X_1 + 0,475 X_2 + 0,390 X_3 + e$ . Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ada salah semua variabel independen hasilnya signifikan. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yang diteliti secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen. Angka Adjusted R Square sebesar sebesar 0,596 menunjukkan bahwa 59,6 persen variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 40,4% persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Brand Image, Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian*

## **ABSTRACTION**

*This study aims to identify and explain: The Influence of Brand Image, on Customer Satisfaction, The Effect of Product Quality on Customer Satisfaction and the Influence of Price on Customer Satisfaction, on the Promise of the Soul in Kedungmundu Semarang. The data used in this study are primary data. The sampling method used was accidental sampling. The sample in this study was 100 people from Janji Jiwa customers in Kedungmundu Semarang and then analyzed the data obtained using quantitative data analysis. Quantitative analysis includes the T test and F test, as well as the analysis of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>). Data that has met the validity test, reliability test and classical assumption test are processed to produce the following regression equation:  $Y = 2.184 + 0.267 X_1 + 0.475 X_2 + 0.390 X_3 + e$ . The results of hypothesis testing using the t test indicate that there are all the independent variables, the results are significant. Then through the F test it can be seen that the three independent variables studied simultaneously have an effect on the dependent variable Customer Satisfaction. The Adjusted R Square figure of 0.596 shows that 59.6 percent of the Purchasing Decision variable can be explained by the three independent variables in the regression equation. While the remaining 40.4% percent is explained by other variables not analyzed in this study.*

**Keywords:** *Brand Image, Product Quality, Price, and Purchase Decision*