

**Analisis Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Raket *Li-Ning* (Studi Kasus Pada UKM Olahraga Unimus)**

**Richard Amanullah Gilang R.** <sup>1)</sup>  
[gilangrichard98@gmail.com](mailto:gilangrichard98@gmail.com)

<sup>1)</sup> Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang

**Abstrak**

**Latar Belakang :** Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang yang muncul dari diri seseorang dikarenakan kebutuhan atau keinginannya dapat terpenuhi, meskipun untuk mendapatkannya diperlukan suatu usaha atau pengorbanan (Rasyid, 2017). Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah *Brand Image*. *Brand Image* saat ini sangat diperhatikan oleh konsumen. Konsumen selalu mempertimbangkan *Brand Image* yang melekat pada produk-produk yang telah dibeli. Untuk menunjang *Brand Image* dan kualitas produk, faktor lain yang juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. **Tujuan :** Mengidentifikasi analisis pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Raket Li-Ning pada UKM Olahraga Unimus untuk kepentingan perusahaan maupun pengguna Raket Li-Ning pada UKM Olahraga Unimus. **Metode Penelitian :** Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuisioner yang dilakukan secara online. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna raket *Li-Ning* pada UKM Olahraga Unimus sebanyak 200 responden. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode stratifikasi dengan menggunakan rumus Slovin didapatkan 67 reponden. Teknik pengumpulan data menggunakan lembar kuisioner dengan menggunakan skor *Skala Likert*. **Hasil dan Pembahasan:** Hasil *uji t* pada penelitian ini Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  *Brand Image* ( $X_1$ ) yaitu  $1.669 > 1,667$  dan nilai Signifikasi yaitu  $0.034 < 0,05$ . Maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, maka *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Kualitas Produk ( $X_2$ ) yaitu  $1.703 > 1,667$  dan nilai Signifikasi yaitu  $0,046 < 0,05$ . Maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, maka Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Harga ( $X_3$ ) yaitu  $-0.118 < 1,667$  dan nilai Signifikasi yaitu  $0,047 < 0,05$ . Maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, maka Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil *Uji F* pada penelitian ini  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $4.537 > 2,74$ ) dan nilai probabilitas  $<$  nilai signifikan ( $0,003 \leq 0,05$ ). Maka variabel Independen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

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

**Analysis of the Effect of Brand Image, Product Quality and Price on Customer Satisfaction  
on Li-Ning Racket Users  
(Case Study on Unimus Sports UKM)**

**Richard Amanullah Gilang R.** <sup>1)</sup>  
[gilangrichard98@gmail.com](mailto:gilangrichard98@gmail.com)

<sup>1)</sup> *Students of the Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Semarang*

**Abstract**

**Background:** Customer satisfaction is a feeling of pleasure that arises from a person because his needs or desires can be fulfilled, although to get it requires an effort or sacrifice (Rasyid, 2017). Factors that influence customer satisfaction is Brand Image. Brand Image is currently very much considered by consumers. Consumers always consider the Brand Image attached to the products that have been purchased. to support the Brand Image and product quality, another factor that can also affect customer satisfaction is price. According to Kotler and Armstrong (2008:345) price is the amount of money billed for a product or service, or the amount of value exchanged by customers to obtain the benefits of owning or using a product or service. **Objective:** To identify the analysis of the influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Customer Satisfaction on Li-Ning Racket Users at Unimus Sports SMEs for the benefit of companies and Li-Ning Racket users in Unimus Sports SMEs. **Research Methods:** This type of research is quantitative research using online questionnaires. The population in this study were all Li-Ning racket users at Unimus Sports UKM as many as 200 respondents. The sample in this study using the stratification method using the Slovin formula, obtained 67 respondents. The data collection technique used a questionnaire sheet using a Likert Scale score. **Results and Discussion:** The results of the t-test in this study The  $t_{count} > t_{table}$  Brand Image (X1) is  $1.669 > 1.667$  and the significance value is  $0.034 < 0.05$ . Then  $H_a$  is accepted and  $H_o$  is rejected, then Brand Image has a positive and significant effect on customer satisfaction. The value of  $t_{count} > t_{table}$  of Product Quality (X2) is  $1.703 > 1.667$  and the significance value is  $0.046 < 0.05$ . Then  $H_a$  is rejected and  $H_o$  is accepted, then Product Quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. The value of  $t_{count} > t_{table}$  Price (X3) is  $-0.118 < 1.667$  and the significance value is  $0.047 < 0.05$ . Then  $H_a$  is rejected and  $H_o$  is accepted, then the price has a negative and significant effect on customer satisfaction. The results of the F test in this study were  $F_{count} > F_{table}$  ( $4,537 > 2,74$ ) and the probability value  $<$  significant value ( $0.003 < 0.05$ ). Then the independent variables together have a positive and significant effect on customer satisfaction

**Keywords:** Brand Image, Product Quality, Price, Customer Satisfaction