

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, *Quality Product*, dan *Promotion* Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Sepatu Nike” merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab pengaruh *Brand Image*, *Quality Product*, dan *Promotion* Terhadap Kepuasan Konsumen Sepatu Nike.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* yakni teknik *convenience sampling* dengan jumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan skat likert dan diolah menggunakan SPSS versi 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $2,351 > 1,660$ sig. $0,021 < 0,05$ H_1 diterima, artinya *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan konsumen. *Quality Product* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $1,684 > 1,660$ sig. $0,014 < 0,05$ maka H_2 diterima, artinya *Quality Product* berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan konsumen. *Promotion* (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $5,083 > 1,660$ sig. $0,000 < 0,05$ maka H_3 diterima, artinya *Promotion* berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil statistik uji simultan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $25,700 > 2,70$ dan nilai probabilitas $<$ signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_4 diterima, artinya variabel independen secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan konsumen serta koefisien determinasi sebesar 0,664 yang berarti bahwa kepuasan konsumen mampu dipengaruhi oleh *Brand Image*, *Quality Product*, dan *Promotion* sebesar 66,4% Sedangkan sisanya 33,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dipenelitian ini.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Quality Product*, *Promotion*, *Kepuasan Konsumen*