ABSTRAKSI

Ahmad Dimas Ajiguna, Nomor Induk Mahasiswa 152130029, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. Judul penelitian “Analisis Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan” (Studi Pada Angoota Klub N-MAX Yogyakarta sebagai Pelanggan Sekuter Matik Yamaha N-MAX), 2018. Dosen Pembimbing I Susanta dan Dosen Pembimbing II Indro Herry Mulyanto.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan citra merek secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan. Ukuran sampel pada penelitian ini berjumlah 93 responden berdasarkan rumus Slovin. Tipe penelitian ini adalah *explanatory*. Penelitian menggunakan *probability sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling.* Populasi dalam penelitian ini adalah anggota klub Yamaha N-Max Yogyakarta dengan jumlah populasi 120 dan untuk sampelnya berjumlah 93 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif dan Analisis Regresi Linear Berganda.

Berdasarkan hasil penelitian, ada pengaruh signifikan dari harga (X1) dan citra merek (X2) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) (Fhitung 9,146 > FTabel 2,36). Sedangkan Secara Parsial, variabel harga (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) (thitung 0,540 < t Tabel 2,630), variabel citra merek (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) (thitung 3,625 > t Tabel 2,630). Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi diperoleh sebesar 0,496 yang artinya variabel harga (X1) dan citra merek (X2) memberikan kontribusi sebesar 16,9% terhadap kepuasan pelanggan rumah makan ingkung sawah ,sedangkan sisanya 83,1% (100%-16,9%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini misalnya kualitas produk, kualitas pelayanan dan biaya.

Ada pengaruh yang signifikan dari citra merek (X1) dan harga (X2) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada produk sekuter matic Yamaha N-MAX, Ada pengaruh yang signifikan dari citra merek (X1) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada produk produk sekuter matic Yamaha N-MAX, Ada pengaruh yang tidak signifikan dari harga (X2) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada produk produk sekuter matic Yamaha N-MAX.

Kata Kunci :Harga (X1), Citra Merek (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y).