

Naura Nazifa. 2024. Pengaruh Atribut Produk, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Susu Sarjana Cabang UNY Yogyakarta. Di bawah arahan Ni Made Suyastiri Yani Permai.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui karakteristik konsumen Susu Sarjana Cabang UNY Yogyakarta 2) menganalisis tingkat kepuasan konsumen Susu Sarjana Cabang UNY Yogyakarta 3) menganalisis pengaruh atribut produk, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Susu Sarjana Cabang UNY Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Metode penentuan lokasi dilakukan secara *purposive*. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* sebanyak 50 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengambilan data menggunakan wawancara, kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) karakteristik konsumen Susu Sarjana Cabang UNY didominasi oleh perempuan, berusia 18-25 tahun, menempuh pendidikan terakhir sekolah menengah atas (SMA), dan bekerja sebagai pelajar atau mahasiswa yang telah melakukan pembelian sebanyak lebih dari dua kali 2) kepuasan konsumen Susu Sarjana Cabang UNY Yogyakarta berada pada tingkat sangat puas berdasarkan penilaian konsumen sebesar 87,76% 3) atribut produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Susu Sarjana Cabang UNY Yogyakarta.

Kata Kunci: Atribut produk, citra merek, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

Naura Nazifa. 2024. *The Effect of Product Attribute, Brand Image, and Service Quality on Consumer Satisfaction at Susu Sarjana UNY Yogyakarta Branch.* Supervised by Ni Made Suyastiri Yani Permai.

ABSTRACT

This study aims to 1) ascertain the characteristics of consumers of Susu Sarjana UNY Yogyakarta Branch 2) analyze the level of consumer satisfaction of Susu Sarjana UNY Yogyakarta Branch 3) analyze the effect of product attributes, brand image, and service quality on consumer satisfaction of Susu Sarjana UNY Yogyakarta Branch. The method used in this research is a quantitative approach with a survey research type. The method of determining the location was purposive. The sampling method used was non-probability sampling with a purposive sampling approach, involving 50 respondents. The types of data used are primary data and secondary data. The data collection methods include interviews, questionnaires, observation, and documentation. This study uses descriptive analysis techniques and multiple linear regression. The results showed that 1) the characteristics of consumers of Susu Sarjana UNY Yogyakarta Branch are dominated by women, aged 18-25 years, who have the last education of senior high school (SMA), and work as students or college students who have made purchases more than twice 2) consumer satisfaction of Susu Sarjana UNY Yogyakarta Branch is at a very high level based on consumer ratings of 87.76% 3) product attributes and service quality affect consumer satisfaction of Susu Sarjana UNY Yogyakarta Branch.

Keywords: *Product attribute, brand image, service quality, customer satisfaction*