

## ABSTRAKSI

A.A. Gde Agung Manggis, Nomor Induk Mahasiswa 152100034, Program Studi Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen, 2016. Dosen Pembimbing I, Sigit Haryono, dosen Pembimbing II, Suratna.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Mie instan Indomie dan mengetahui Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen Mie instan Indomie. Simultan berarti variable bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variable terikat ( $Y$ ). Parsial berarti variable bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) secara terpisah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variable terikat ( $Y$ ).

Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuisioner kepada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta angkatan 2014 konsumen Indomie. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2014 konsumen Indomie. Asumsi yang digunakan adalah semua mahasiswa aktif Administrasi Bisnis angkatan 2014 pernah mengkonsumsi mie instan Indomie. Sehingga populasi diketahui sejumlah 132 mahasiswa. Berdasarkan perhitungan diperoleh ukuran sampel sebesar 57 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis statistik inferensial. Analisis statistik inferensial yang digunakan adalah analisis linier berganda.

Berdasarkan Hasil Penelitian diperoleh kesimpulan yaitu ada pengaruh signifikan antara variable Citra Merek ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). Sedangkan secara parsial variabel Citra Merek ( $X_1$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) dan variable Kualitas Produk ( $X_2$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ). Citra Merek memberikan pengaruh sebesar 0,462 terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Produk memberikan pengaruh sebesar 0,392 terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen