

**CITRAMEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI PENGARUHNYA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGEMBANG CITRA
KEDATON**

(survey pada konsumen perumahan Ayodhya Citra Sleman Yogyakarta)

JERRY ROY KAREWUR
141100190

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta

jerrykarewur@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis Pengaruh signifikan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen, pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen, pengaruh signifikan promosi terhadap Kepuasan Konsumen, pengaruh secara bersama dan signifikan Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Kepuasan Kosumen. Populasi dalam penelitian ini adalah warga yang membeli perumahan Ayodhya Citra pada Citra Kedaton. Dari populasi ini akan ditarik sampel yang digunakan dalam penelitian sebagai responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90. Metode analisis yang digunakan oleh penulis adalah analisis regresi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan citra merek, kualitas produk, dan promosi secara bersama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Kepuasan Konsumen.

