

**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi  
Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Pengguna  
Sepatu Reebok Di Semarang)**

**BHRAMINTHA WAHYU SULISTYA**

(Pembimbing : Guruh Taufan Hariyadi, SE, M.Kom)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201102188@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Reebok International Ltd. adalah sebuah perusahaan perlengkapan dan alas kaki atletis. Reebok menghasilkan dan mendistribusikan barang-barang fitness dan olahraga yakni sepatu, pakaian dan aksesoris kerja di luar ruangan dan keperluan pelatihan. Berdasarkan data penjualan sepatu tahun 2015, market share sepatu Reebok masih di bawah Nike (14,2%). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menyukai Reebok, namun secara umum lebih memilih Nike (39,6%), artinya konsumen lebih puas terhadap merek Nike. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen. Banyak faktor dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti kualitas produk, citra merek, harga dan promosi.

Populasi yang digunakan adalah konsumen pengguna sepatu Reebok di Semarang. Sampel penelitian ini adalah konsumen pengguna sepatu Reebok di Semarang sebanyak 102 responden dengan menggunakan teknik non acak (non random). Jenis datanya adalah data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1). Kualitas produk menjadi variabel terbesar yang mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna sepatu Reebok di Semarang. 2). Harga menjadi variabel kedua yang mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna sepatu Reebok di Semarang. 3). Citra merek menjadi variabel ketiga yang mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna sepatu Reebok di Semarang. 4). Promosi menjadi variabel terkecil yang mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna sepatu Reebok di Semarang

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

## **The Effect of Product Quality, Brand Image, Price and Promotion on Customer Satisfaction (Study on Consumer of Reebok Shoes In Semarang)**

**BHRAMINTHA WAHYU SULISTYA**

(Lecturer : Guruh Taufan Hariyadi, SE, M.Kom)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201102188@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Reebok International Ltd. is a firm fixture and athletic footwear. Reebok produce and distribute goods such as fitness and sports footwear, apparel and accessories work outdoors and training purposes. Based on data from 2015 footwear sales, market share of Reebok shoes is still below Nike shoes (14.2%). This shows that consumers like Reebok, but generally prefers Nike (39.6%), meaning that consumers are more satisfied with the Nike brand. The purpose of this study was to analyze the effect of product quality, brand image, price and promotion to costumer satisfaction. Many factors can effect customer satisfaction, such as product quality, brand image, price and promotion.

The population used is a consumer of Reebok shoes in Semarang. Samples were consumer of Reebok shoes in Semarang are 102 respondents using non-random techniques (non-random). The data type is the primary data. Methods of data collection using questionnaires and analysis techniques used multiple regression.

The results show that: 1). Products quality become the biggest variable effecting costumer satisfaction of Reebok shoes in Semarang. 2). Price became second variable that affect the customer satisfaction of Reebok shoes in Semarang. 3). Brand image into third variable that affect the customer satisfaction of Reebok shoes in Semarang. 4). Promotion into the lowest variables that affect customer satisfaction of Reebok shoes in Semarang

Keyword : Product Quality, Brand Image, Price, Promotion and Customer Satisfaction