

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan produk Eiger (Studi pada mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP Bandung). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui citra merek produk Eiger pada mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, mengetahui kepuasan pelanggan produk Eiger pada mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan produk Eiger pada mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan rumus *Chocran*, karena jumlah populasi pada penelitian yang belum diketahui. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji normalitas, uji linearitas, uji regresi linear sederhana dan uji hipotesis.

Berdasarkan pengujian hipotesis, Hal ini dibuktikan dengan nilai menunjukkan nilai  $t$  hitung yang di dapatkan sebesar 4,974 sedangkan di dapat nilai  $t$  tabel sebesar 1,984. Di dapat nilai signifikan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yaitu  $4,974 > 1,984$ . Adapun nilai koefisien determinasi sebesar 0,202 yang artinya kemungkinan pengaruh variabel bebas terhadap variabel teikat sebesar 20,2%. Sedangkan 70,8% lagi dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa citra merek terhadap kepuasan pelanggan produk Eiger sudah masuk kategori baik, namun ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan. Contohnya dalam segi estetika pelanggan belum merasa puas, alangkah baiknya Eiger terus mengembangkan kualitas produknya dan terus memperbarui inovasi dari produknya, karena semakin kedepan semakin banyak pesaing atau kompetitor lain sejenis.

**KATA KUNCI** : Citra Merek, Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

*This study was conducted to determine the effect of brand image on customer satisfaction of Eiger products (Study on students of Sangga Buana University YPKP Bandung). The purpose of this study was to determine the brand image of Eiger products for students at Sangga Buana YPKP University in Bandung, determine customer satisfaction for Eiger products for students at Sangga Buana YPKP University in Bandung, and determine brand image on customer satisfaction for Eiger products for students at Sangga Buana University YPKP in Bandung.*

*This research uses quantitative methods with associative research types. Sampling was carried out using the Chocran formula , because the total population in the study was not yet known. With the number of respondents as many as 100 people. Data analysis techniques used are normality test, linearity test, simple linear regression test and hypothesis test.*

*Based on hypothesis testing, this is evidenced by the value showing the t-count value obtained is 4.974 while the t-table value is 1.984. The significant value of  $t_{\text{arithmatic}} > t_{\text{table}}$  is  $4.974 > 1.984$ . The coefficient of determination is 0.202, which means that the possible influence of the independent variable on the dependent variable is 20.2%. While another 70.8% is influenced by other variables.*

*The conclusion of this study is that the brand image on customer satisfaction of Eiger products is in the good category, but there are several things that need to be improved. For example, in terms of aesthetics, customers are not satisfied, it would be nice if Eiger continued to develop the quality of its products and continue to update its product innovations, because in the future there will be more competitors or other similar competitors.*

**KEYWORDS** : *Brand Image, Customer Satisfaction*