

ABSTRAK

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT.AEROFOOD INDONESIA CABANG KUALA NAMU

Nama : Fakhita Hannan Nasution
NIM : 7193510006
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Pembimbing : Nurul Wardani Lubis., SE.,M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh diferensiasi produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada PT.Aerofood Indonesia Cabang Kuala Namu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan konsumen yang pernah menikmati produk dari Aerofood ACS. Dengan menggunakan teknik *random sampling* dalam pengambilan sampel. Berdasarkan hasil uji dan pengolahan data diperoleh menggunakan program IBM SPSS Statistics 20 dengan hasil sebagai berikut (1) Hasil Thitung untuk variabel diferensiasi produk sebesar 6,068 dan nilai Ttabel 1,980. Maka dapat disimpulkan bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ 6,068 > 1,980 dan berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen atau H_0 ditolak serta H_1 diterima. (2) Hasil Thitung untuk variabel citra merek sebesar 1,166 dan nilai Ttabel 1,980. Maka dapat disimpulkan bahwa $T_{hitung} < T_{tabel}$ 1,166 < 1,980. Hal ini berarti $T_{hitung} < T_{tabel}$ sehingga variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen atau H_0 diterima serta H_2 ditolak. (3) Nilai Fhitung 53,942 dan nilai sig. adalah 0,00. Diketahui nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ 3,07 dan nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka Diferensiasi Produk (X_1), Citra Merek (X_2) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) serta diperoleh kesimpulan H_3 diterima. Adapun Nilai *adjusted R Square* menampilkan bahwa variabel Diferensiasi Produk (X_1) dan Citra Merek (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 62% dan sisanya 38% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak di bahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Diferensiasi Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT DIFFERENCES AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT.AEROFOOD INDONESIA CABANG KUALA NAMU

Name : Fakhita Hannan Nasution
Student Registration Number : 7193510006
Departement : Management
Faculty : Economy
Advisor : Nurul Wardani Lubis., SE.,M.Si

This study aims to analyze the effect of product differentiation and brand image on customer satisfaction at PT.Aerofood Indonesia Kuala Namu Branch. The method used in this research is a quantitative approach. The population referred to in this study are consumers who have enjoyed products from Aerofood ACS. By using random sampling technique in sampling. Based on the results of testing and processing of data obtained using the IBM SPSS Statistics 20 program, the following results are obtained (1) The Tcount results for the product differentiating variable are 6.068 and the Ttable value is 1.980. So it can be concluded that $Tcount > Ttable$ $6.068 > 1.980$ means that the independent variable affects the dependent variable or H_0 is rejected and H_1 is accepted. (2) The result of Tcount for brand image variable is 1.166 and Ttable value is 1.980. So it can be concluded that $Tcount < Ttable$ $1.166 < 1.980$. This means that $Tcount < Ttable$ so that the independent variable has no effect on the dependent variable or H_0 is accepted and H_2 is rejected. (3) The value of Fcount is 53.942 and sig. is 0.00. $Fcount > Ftable$ 3.07 and sig. $0.000 < 0.05$, then Product Differentiation (X_1), Brand Image (X_2) simultaneously or simultaneously have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction (Y) and the conclusion is H_3 is accepted. The adjusted R Square value shows that the Product Difference (X_1) and Brand Image (X_2) variables on Consumer Satisfaction (Y) are 62% and the remaining 38% is influenced by other factors not discussed in this study.

Keynote : product differentiation, brand image, customer satisfaction