

ABSTRAK

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) yang dirilis pada Juni 2022, terdapat sebanyak 11.223 usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2020. Sejumlah 8.042 (71,65%) usaha di antaranya adalah berupa kafe dan restoran. Lalu sebanyak 269 (2,40%) usaha berupa katering dan sisanya sejumlah 2.912 (25,95%) usaha masuk dalam kategori lainnya. Mengumpulkan data dengan menggunakan jurnal, buku, dan artikel untuk mengumpulkan data dan memperoleh konsep, teori, dan variabel lain yang berhubungan dan dapat mendukung penelitian ini. Dilihat dari tabel diketahui nilai koefisiensi regresi Brand Image sebesar 0.681 yang berarti Brand Image berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai koefisien regresi 0.681 merupakan nilai jalur H1 Dilihat dari tabel diketahui nilai koefisiensi regresi Kualitas Produk sebesar 0.354 berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai koefisien regresi 0.354 merupakan nilai jalur H2. Brand Image memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Kenangan Cabang Rawabuntu di Kota Tangerang Selatan. Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Kopi Kenangan Cabang Rawabuntu di Kota Tangerang Selatan.

Kata Kunci: *Brand Image*, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

According to data from the Central Statistics Agency (BPS) released in June 2022, there were 11,223 culinary businesses spread throughout Indonesia in 2020. A total of 8,042 (71.65%) of these businesses are in the form of cafes and restaurants. Then as many as 269 (2.40%) businesses in the form of catering and the remaining 2,912 (25.95%) businesses fall into other categories. Collecting data using journals, books, and articles to collect data and obtain concepts, theories, and other variables that are related and can support this research. Judging from the table, it is known that the Brand Image regression coefficient value is 0.681, which means that Brand Image has a significant effect on Customer Satisfaction. The regression coefficient value of 0.681 is the path value H1 Judging from the table, it is known that the regression coefficient value of Product Quality of 0.354 has a significant effect on Customer Satisfaction. The regression coefficient value of 0.354 is the path value of H2. Brand Image has a significant influence on Consumer Satisfaction of Kopi Kenangan Rawabuntu Branch in South Tangerang City. Product quality has a significant influence on customer satisfaction of Kopi Kenangan Rawabuntu Branch in South Tangerang City.

Keyword: Brand Image, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty