

ABSTRAK

Tujuan utama dari riset yang dilakukan adalah untuk mencari informasi tentang variabel kepuasan pelanggan bisa berperan sebagai variable memoderasi hubungan antara kualitas produk dan *brand image* pada produk ac daikin. Populasi atau yang menjadi subjek penelitian ini yaitu seluruh staff dan mahasiswa UK. Petra. Jumlah sampel yang dapat merepresentasikan dalam penelitian ini yang berjumlah sebanyak 52 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner serta menggunakan analisis Regresi Moderasi. Hasil analisis diketahui pada model pertama Kualitas Produk Berpengaruh atau berdampak Positif dan Signifikan terhadap *Brand Image*. Pada model kedua diketahui Kepuasan Pelanggan dapat Memoderasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Image. Untuk itu sebaiknya pihak manajemen ac daikin untuk memperhatikan variabel kepuasan pelanggan untuk meningkatkan *brand image*.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, brand image, dan Kualitas Produk

ABSTRACT

The main purpose of the research conducted is to find information about customer satisfaction variables can act as a variable moderating the relationship between product quality and brand image in daikin ac products. In this study used is, population or subject to this study, namely all uk staff and students. Petra. The number of samples that can be represented in this study is 52 people. Data collection techniques use questionnaires and are analyzed using moderated regression analysis (MRA). The results of the analysis known on the first model of variable Product Quality Influence or Positive and Significant impact on Brand Image. In the second model, customer satisfaction can moderate the effect of product quality on brand image. For that, it is better for the management of ac daikin to pay attention to customer satisfaction variables to improve brand image.

Keywords: Customer Satisfaction, Brand Image, and Product Quality