

Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Yamaha Mio

Dewi Ratna Sari¹ ✉, Karyaningsih²

Manajemen, Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Yamaha Mio di Kab. Karawang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan analisis deskriptif dan verifikatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu menyebarkan kuesioner, wawancara dan juga study perpustakaan, dengan objek penelitian yaitu pengguna sepeda motor Yamaha Mio dengan jumlah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis rentang skala dan analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen berada pada kriteria baik. Terdapat korelasi yang sangat antar Citra Merek dengan Kualitas Produk yaitu sebesar 81,7%. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen secara langsung sebesar 4,9% dan pengaruh tidak langsung Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 10,4%. Serta pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen secara langsung sebesar 33,1% dan pengaruh tidak langsung Kualitas Produk terhadap Kepuasan konsumen sebesar 10,4%. Kemudian terdapat pengaruh simultan antara Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 59% dan sisanya sebesar 41% dari faktor lain yang tidak masuk kedalam penelitian ini.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

Abstract

This study aims to determine, analyze and explain the effect of Brand Image and Product Quality on Yamaha Mio Motorcycle Consumer Satisfaction in Kab. Karawang. The method used in this research is quantitative method with descriptive analysis and verification. Data collection techniques used are distributing questionnaires, interviews and also library studies, with the object of research being Yamaha Mio motorcycle users with a total of 100 respondents. The analytical technique used is the technique of scale range analysis and path analysis. The results of this study indicate that Brand Image, Product Quality and Consumer Satisfaction are in good criteria. There is a very strong correlation between Brand Image and Product Quality, which is 81.7%. The direct influence of Brand Image on Consumer Satisfaction is 4.9% and the indirect effect of Brand Image on Consumer Satisfaction is 10.4%. And the direct effect of Product Quality on Consumer Satisfaction is 33.1% and the indirect effect of Product Quality on Consumer Satisfaction is 10.4%. Then there is a simultaneous influence between Brand Image and Product Quality on Consumer Satisfaction by 59% and the remaining 41% from other factors that are not included in this study.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Industri otomotif merupakan suatu proses untuk merancang, mengembangkan, memproduksi, memasarkan dan pula menjual kendaraan seperti motor, mobil & otomotif lainnya. Evolusi industri otomotif saat ini sudah banyak dipengaruhi oleh berbagai inovasi seperti komponen kendaraan, infrastruktur sosial, praktek-praktek manufaktur, dan perubahan pasar. (Roring, 2017)

Saat ini perkembangan industri sepeda motor sudah mulai berkembang pesat, terkait dengan berbagai produk sepeda motor yang sudah sangat berubah. karena sepeda motor merupakan alat transportasi yang sering digunakan oleh masyarakat dan penggunaanya pun lebih efisien. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan dan inovasi yang berkelanjutan dari industri otomotif salah satunya yaitu sepeda motor karena untuk memenuhi kebutuhan konsumen. (Wangarry et al., 2018)

PT. Yamaha Indonesia Motor Manufakturing adalah sebuah perusahaan yang memproduksi sepeda motor. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 6 Juli 1974. Pabrik sepeda motor Yamaha mulai beroperasi 1969, sebagai suatu usaha perakitan body dan mesin, logo brand diciptakan desainer YMKI, yang dimana dahulu semua komponen didatangkan dari Jepang namun sekarang dari dalam negeri. (<https://id.wikipedia.org>, di akses pada tanggal 1 November 2020, pukul 15:11 WIB)

Berikut data penjualan sepeda motor di Indonesia dari tahun 2016 hingga 2019.

Tabel 1 Data Volume Penjualan Sepeda Motor Tahun 2016-2019 di Indonesia

Merek	Tahun (unit)			
	2016	2017	2018	2019
Honda	4,380,888	4,385,888	4,759,202	4,910,688
Yamaha	1,394,078	1,348,211	1,455,088	1,434,217
Kawasaki	56,824	72,191	89,508	69,766
Suzuki	97,622	78,637	78,892	71,861
TVS	1,873	1,176	331	898

Sumber: (<http://triatmono.info/data-penjualan>, diakses pada Tanggal 1 Januari 2021 Pukul 21:18 WIB)

Berdasarkan Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2016-2019 semua merek-merek sepeda motor tersebut mengalami penurunan. Sepeda motor merek Honda tetap menguasai segmentasi pasar di Indonesia khususnya di bidang otomotif, Honda menduduki peringkat pertama. Sementara itu sepeda motor merek Yamaha mengalami persentase tidak setabil. Hal ini menunjukkan bahwa penjualan sepeda motor Yamaha memang belum mampu mengalahkan penjualan sepeda motor Honda, yang saat ini masih menjadi pimpinan pangsa pasar sepeda motor di Indonesia.

Hasil data survey menurut Top Brand Award kategori otomotif sepeda motor metic yang ada di Indonesia.

Tabel 2 Top Brand Index (Tbi) Kategori Otomotif Fase 1 Tahun 2016-2019

KATEGORI	TAHUN 2016	TAHUN 2017	TAHUN 2018	TAHUN 2019	Tahun 2020
Yamaha Mio	31,2%	32,1%	22,2%	12,9%	13,6%
Honda Beat	30,6%	29,9%	28,6%	36,3%	35,8%
Honda Vario	20,2%	21,8%	27,2%	18,5%	24,5%
Honda scoopy	3,8%	4,3%	7,6%	9,1%	8,9%

(Sumber: (<https://www.topbrand-award.com>, diakses pada Tanggal 1 Januari 2021 Pukul 15: 34 WIB)

Berdasarkan Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa kategori sepeda motor Yamaha Mio mengalami fluktuatif dari tahun ke tahun selama empat tahun dalam kategori Top Brand Index tersebut. Pada tahun 2016. Posisi Top Brand Index Yamaha Mio sebesar 31,2% sedangkan pada tahun 2017 sebesar 32,1 yakni persentase sepeda motor Yamaha Mio mengalami penurunan drastis dari 2017- 2020. Dengan demikian bahwa Citra Merek mempunyai peran yang sangat penting untuk melakukan kepuasan pembelian. Namun dengan Citra Merek yang terkenal dan mempunyai nama di mata konsumen tidak akan lepas begitu saja dari Kualitas produk tersebut. Maka Kualitas Produk dan juga kepuasan amat sangat diperhatikan oleh para konsumen sehingga perusahaan harus memperbaiki Kualitas Produk dengan lebih baik lagi.

Kualitas produk merupakan sesuatu yang menjadi perhatian utama dari perusahaan, mengingat bahwa suatu produk erat kaitannya dengan kepuasan Konsumen.(Dylan Trotsek, 2017).



Gambar 1 Review Konsumen

Sumber: Liputan6.com

Hal-hal tersebutlah yang membuat melemahnya kepuasan konsumen, karena Kualitas Produk bisa juga dikatakan sebagai bahan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Perusahaan harus mampu membuat kualitas produk yang dihasilkan lebih baik dari pesaingnya karena itu merupakan bagian utama dari strategi perusahaan untuk meraih keunggulan yang berkesinambungan. Kualitas Produk dan citra merek yang ditawarkan oleh suatu perusahaan dapat menjadi faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli sebuah produk. Semakin baik gambaran merek yang melekat pada produk itu maka konsumen akan semakin tertarik buat membeli, karena konsumen beranggapan bahwa suatu produk dengan citra merek yang telah dipercaya lebih memberikan rasa aman ketika konsumen itu menggunakan produk yang akan dibeli. (Pradana, Hudayah, & Rahmawati, 2018)

METODOLOGI

Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Secara deskriptif penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran secara sistematis mengenai variabel citra merek dan kualitas produk sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat. Secara verifikatif penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dengan perhitungan statistik.

Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini yaitu orang yang membeli sepeda motor yamaha mio disalah satu Daeler daerah karawang dengan jumlah populasi sebanyak 775 dari tahun 2016-2020 . Populasi pada penelitian ini menggunakan rumus slovin pada tingkat kesalahan 10% maka sampel yang didapatkan adalah 100 orang responden dari pengguna sepedah motor yamaha mio yang ada di kab.Karawang.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *Non probability sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017:84) "*Non Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan ataupun peluang yang sama pada tiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel." Dan memakai pendekatan *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017:85) bahwa "*Purposive sampling* yaitu teknik pengumpulan sampel dengan pertimbangan serta kriteria-kriteria tertentu." Pada penelitian ini kriteria yang digunakan yaitu masyarakat karawang yang mempunyai ataupun yang pernah menggunakan sepeda motor Yamaha Mio.

Teknik Skala dan Pengumpulan Data

Teknik skala yang digunakan adalah skala Likert Menurut (Sugiyono 2016:132) "skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada Masyarakat Karawang yang menggunakan sepeda motor Yamaha Mio. Serta studi kepustakaan sebagai referensi yang dikumpulkan peneliti.

Teknik Analisis Data

Pada analisis deskriptif menggunakan skala ordinal dan rentang skala untuk menganalisis pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Analisis verifikatif terdiri dari Analisis Korelasi, analisis koefisien determinasi, dan analisis jalur. Teknik analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan alat analisis IBM SPSS 23.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Agar hasil penelitian ini representatif, maka perlu dilakukan analisis validitas. Menurut Sugiyono (2017:123) secara efektif berarti instrumen dapat digunakan untuk mengukur konten pengukuran yang sebenarnya. Validitas merepresentasikan ketepatan antara data yang sebenarnya terjadi pada subjek dan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Syarat yang harus dipenuhi menurut Sugiyono (2017:126) yaitu harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- Jika $r \geq 0,30$ maka item - item pernyataan dari kuesioner adalah valid.
- Jika $r \leq 0,30$ maka item - item pernyataan dari kuesioner dianggap tidak valid.

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_1)

Variabel	Item	r hitung	r kritis	Kriteria
Citra Merek (X_1)	X1.1	0,714	0,300	Valid
	X1.2	0,768	0,300	Valid
	X1.3	0,677	0,300	Valid

X1.4	0,767	0,300	Valid
X1.5	0,764	0,300	Valid
X1.6	0,747	0,300	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan r hitung $\geq 0,3$ dapat simpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan dari variabel Citra Merek dinyatakan valid.

Tabel 4 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X₂)

Variabel	Item	r hitung	r kritis	Kriteria
Kualitas Produk (X₂)	X1.1	0,704	0,300	Valid
	X1.2	0,607	0,300	Valid
	X1.3	0,799	0,300	Valid
	X1.4	0,774	0,300	Valid
	X1.5	0,770	0,300	Valid
	X1.6	0,755	0,300	Valid
	X1.7	0,700	0,300	Valid
	X1.8	0,745	0,300	Valid
	X1.9	0,708	0,300	Valid
	X1.10	0,739	0,300	Valid
	X1.11	0,704	0,300	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan r hitung $\geq 0,3$ dapat simpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan dari variabel Kualitas Produk dinyatakan valid.

Tabel 5 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	Item	r hitung	r kritis	Kriteria
Kepuasan Konsumen (Y)	X1.1	0,797	0,300	Valid
	X1.2	0,798	0,300	Valid
	X1.3	0,804	0,300	Valid
	X1.4	0,779	0,300	Valid
	X1.5	0,800	0,300	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan r hitung $\geq 0,3$ dapat simpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan dari variabel Kualitas Produk dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan adalah *Cronbach's Alpha Reliability* dengan kriteria sebagai berikut.

- 1) Jika koefisien *Cronbach's Alpha Reliability* suatu variabel $>$ dari r table (0,6), maka variabel tersebut dianggap reliabel.
- 2) Jika koefisien *Cronbach's Alpha Reliability* suatu variabel $<$ dari r tabel (0,6), maka variabel tersebut dianggap tidak reliabel.

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	r hitung	r tabel	Kriteria
1	Citra Merek	0,835	0,600	Reliabe
2	Kualitas Produk	0,911	0,600	Reliabe
3	Kepuasan Konsumen	0,797	0,600	Reliabe

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2021

Tabel 6 menunjukkan bahwa ketiga variabel yang diteliti ini dinilai reliabel karena masing masing variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6 dimana alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini merupakan alat ukur yang konsisten sehingga dapat dipercaya.

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji untuk mengetahui seberapa normal variabel yang di gunakan dalam penelitian.

Uji normalitas yang digunakan yaitu dengan *One Sample Kolmogorov Smirnov* dengan ketentuan tertentu :

- 1) Jika nilai signifikan $>$ 0,05, maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikan $<$ 0,05, maka data tidak akan berdistribusi normal.

Tabel 7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardize d Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,46546408
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	.061
	Negative	-,034
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2021

Berdasarkan Tabel 7 diatas diperoleh nilai residualnya yaitu sebesar 0,200, berarti $0,200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini berdistribusi normal.

Analisis Deskriptif

Pembahasan mengenai analisis deskriptif dari tiap-tiap variable diuraikan sebagai berikut :

1. Citra Merek

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan didapatkan hasil dari variabel Citra Merek sepeda Motor yamaha Mio yang memiliki 6 indikator dengan total skor 2.279 dengan rata-rata 379 yang berada pada rentang skala 340 – 420 dengan kriteria setuju. Artinya Citra Merek sepeda motor Yamaha Mio dinilai baik oleh pengguna. Terdapat

indikator yang memiliki skor tertinggi yaitu terdapat pada indikator Reputasi Merek kemudian indikator pada Kesesuaian Merek menjadi indikator terendah dalam variabel Citra Merek ini.

2. Kualitas Produk

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan didapatkan hasil dari variabel Kualitas Produk sepeda motor Yamaha Mio yang memiliki 11 indikator dengan total skor 4.101 dengan rata-rata 372 yang berada pada rentang skala 340 - 420 dengan kriteria setuju dengan demikian Kualitas Produk dapat diasumsikan baik. Untuk indikator yang memiliki skor kecil terdapat pada indikator kemudahan perawatan suatu produk dan untuk indikator daya tahan produk merupakan indikator tertinggi dalam variabel Kualitas Produk dengan total skor sebesar 404.

3. Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan didapatkan hasil dari variabel Kepuasan Konsumen sepeda motor Yamaha Mio yang memiliki 5 indikator dengan total skor 1.951 dengan rata-rata 390 yang berada pada rentang skala 340 - 420 dengan kriteria Setuju. Dengan demikian Kepuasan Konsumen dapat diasumsikan baik oleh konsumen sepeda motor Yamaha Mio. Untuk indikator yang memiliki skor kecil terdapat pada indikator Tingkat keputusan pembelian karena harga dan untuk indikator Tingkat kepopuleran merek produk merupakan indikator tertinggi dalam variabel Kepuasan Konsumen dengan total skor sebesar 429.

Analisis Verifikatif

1. Korelasi Antara Variabel Citra Merek (X1) dan Kualitas Produk (X2)

Tabel 8 *Correlations*

		X1	X2
X1	Pearson Correlation	1	,817**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
X2	Pearson Correlation	,817**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2021.

Berdasarkan Tabel 8 yang didapat nilai koefisien korelasi antara variabel bebas yaitu Citra Merek (X1) dan Kualitas Produk (X2) dengan jumlah sebesar 0,817

2. Koefisien jalur antara variabel *Online Customer Review* dan Kepercayaan terhadap Minat Beli

Tabel 9 *Coefficients*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,602	1,472		4,487	,000
	X1	,212	,108	,222	1,967	,052
	X2	,290	,057	,576	5,109	,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2021.

Berdasarkan Tabel 9 memperoleh hasil nilai koefisien jalur antara variabel Citra Merek (X₁) Kualitas Produk (X₂) terhadap Kepuasan Konsumen, masing masing dijelaskan sebagai berikut :

- a. Koefisien Jalur Variabel Citra Merek (X₁) terhadap Kepuasan Konsumen(Y)
Nilai koefisien jalur untuk variabel Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen adalah 0,222 Hal ini menunjukkan bahwa koefisien jalur Citra Merek (X₁) terhadap Minat Beli (Y) sebesar 0,222 dan diperoleh persamaan $Y=0,222X_1$
- b. Koefisien Jalur Variabel Kualitas Produk (X₂) terhadap Kepuasan Konsumen(Y)
Koefisien jalur untuk variabel Kualitas Produk (X₂) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah 0,576. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien jalur variabel variabel Kualitas Produk (X₂) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sehingga diperoleh persamaan $Y=0,576X_2$

Berdasarkan hasil di atas maka didapatkan persamaan jalur sebagai berikut:

$$Y=0,222X_1 + 0,576X_2 + \varepsilon$$

3. Pengaruh Parsial antara Citra Merek (X₁) dan Kualitas Produk(X₂) terhadap Kepuasan Konsumen(Y)
 - a. Pengaruh Parsial Citra Merek (X₁) terhadap Kepuasan Konsumen(Y)
Pengaruh langsung dan tidak langsung Citra Merek (X₁) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 10 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Citra Merek (X₁) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	Interpretasi Analisis Jalur	Perhitungan	Besarnya Pengaruh
Citra Merek	Pengaruh langsung ke Y	0,222 ²	0,049
	Pengaruh tidak langsung X1 ke Y	0,222 x 0,576 x 0,817	0,104
Jumlah			0,153

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2021

Berdasarkan Tabel 10 yang berarti bahwa pengaruh variabel Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen yaitu sebesar 0,153 atau 15,3%

Tabel 11 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Produk (X₂) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	Interpretasi Analisis Jalur	Perhitungan	Besarnya Pengaruh
Kualitas Produk	Pengaruh langsung ke Y	0,576 ²	0,331
	Pengaruh tidak langsung X2 ke Y	0,222 x 0,576 x 0,817	0,104
Jumlah			0,436

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2021

Berdasarkan Tabel 11 yang berarti bahwa pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 0,436 atau 43,6%.

4. Pengaruh Simultan Citra Merek (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 12 Pengaruh Simultan Citra Merek (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung		Subtotal Pengaruh
			X1	X2	
Citra Merek	0,222	0,049	-	0,104	0,153
Kualitas Produk	0,576	0,331	0,104	-	0,436
Pengaruh Total (Simultan)					0,590

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Total pengaruh simultan Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen yaitu sebesar 59% yang berarti bahwa Citra Merek dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh sebesar 59% Terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 13 Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,768 ^a	,590	,581	2,17592

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2021

Berdasarkan Tabel 13 menjelaskan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,590 yang berarti 59% variabel Kepuasan Konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Citra Merek (X_1) dan Kualitas Produk (X_2). Adapun pengaruh dari variabel lain sebesar $1 - 0,590 = 0,41$ atau 41% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak diteliti.

SIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Terdapat korelasi antar Citra Merek dengan Kualitas Produk sebesar 0.817 dan memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat dan searah dengan nilai positif dan berada di interval koefisien 0.80 - 1.000. artinya adanya korelasi yang signifikan dan sangat kuat antara Citra Merek dengan Kualitas Produk.
2. Citra Merek dan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sepeda motor Yamaha Mio. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel Citra Merek memiliki kontribusi terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai 15,3%, sedangkan pada variabel Kualitas Produk memiliki kontribusi terhadap Kepuasan Konsumen lebih besar dengan nilai 43,6% .

3. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen secara signifikan sebesar 0,590 atau 59% Adapun pengaruh dari variabel lain sebesar 0,41 atau 41% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak diteliti.

Referensi :

- Dylan Trotsek. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK PADA PRODUK KOSMETIK WARDAH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KOTA BATAM. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 1689–1699.
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Roring, E. S. M. S. B. L. F. (2017). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2230–2239. <https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16522>
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (cetakan 25). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. , Alfabeta, cv. (2017).
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., Karuntu, M. M., Ekonomi, F., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Pt. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20935>