

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRICE PERCEPTION  
OF CUSTOMER SATISFACTION  
(Study on Sego Njamoer Consumers in Mojokerto)**

**ABSTRACT**

**By:**

**Achmadin Dwi Adika Putra**

**Thesis Supervisor:**

**Erminati Pancaningrum, ST. MSM**

This study uses a quantitative research approach. This type of research is explanatory research, the method of data collection is done by distributing questionnaires and documentation. The population used is consumers at Sego Njamoer Branch in Mojokerto. The sample consisted of 93 respondents.

The technique used is sampling Non-Probability sampling which is a sampling technique that does not provide the same opportunity or opportunity for each element or member of the population to be selected as a sample. This research uses accidental sampling technique, which is a chance-based sampling technique, that anyone who happens to meet with a researcher can be used as a sample, if viewed as someone who happens to be found suitable as a data source. Data analysis techniques using descriptive analysis, descriptive analysis is used to determine the frequency and variation of answers to items or statement items in the questionnaire.

The results showed that brand image and price perception had an effect on customer satisfaction.

***Keywords: Brand Image, Price Perception, Consumer Satisfaction.***

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Pada Konsumen Sego Njamoer Mojokerto)**

**ABSTRAK**

**Oleh:**

**Achmadin Dwi Adika Putra**

**Dosen Pembimbing:**

**Erminati Pancaningrum, ST. MSM**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanasi (*explanatory research*) metode pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran angket dan dokumentasi. Populasi yang digunakan yaitu konsumen pada Sego Njamoer Cabang Mojokerto. Sampel berjumlah 93 Responden.

Teknik yang digunakan pengambilan sampel adalah *Non-Probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama pada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data

Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, Analisa deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci: Citra Merek, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen.**