

## ABSTRAK

Judul : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sepatu Converse  
Nama : Muhammad Arifin  
Program Studi : S1 Manajemen  
Pembimbing : Ibu Lia Amalia

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Harga, dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Converse. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli dan menggunakan sepatu Converse di wilayah Jakarta Barat. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan Metode *Non Probability Sampling* dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *Purposive Sampling* sebanyak 140 responden. Sedangkan pengumpulan data dengan menyebarkan angket (kuesioner) dan wawancara. Analisis data menggunakan uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji hipotesis yang terdiri dari uji regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinan ( $R^2$ ).

Hasil penelitian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Citra Merek berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, kemudian hasil dari variabel Harga dan Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Citra Merek, Harga, dan Inovasi Produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen sepatu Converse.

**Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Inovasi Produk dan Kepuasan Konsumen**

**ABSTRACT**

*Title* : *Effects of Brand Image, Price and Product Innovation on Converse Shoes Against Consumer Satisfaction*

*Name* : *Muhammad Arifin*

*Study Program* : *SI Management*

*Advisor* : *Mrs. Lia Amalia*

*This research, discusses Brand Image, Price, and Product Innovation on Consumer Satisfaction of Converse shoes. The population in this study are consumers who have bought and used Converse shoes in West Jakarta. The sample in this study was taken using the Non Probability Sampling Method by using a purposive sampling technique of 140 respondents. While collecting data by distributing questionnaires and interviews. Data analysis used instrument test consisting of validity and reliability tests. Hypothesis testing consisting of multiple linear regression tests, F test, t test, and the determinant coefficient test (R<sup>2</sup>).*

*The results of this study indicate that the Brand Image variable has a positive but not significant effect on Consumer Satisfaction, then the results of the Price and Product Innovation variable have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. Brand Image, Price, and Product Innovation have a joint effect on the Consumer Satisfaction of Converse shoes.*

***Keywords: Brand Image, Price, Product Innovation and Consumer Satisfaction***