

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA YAMAHA MIO DI ARISTA TAJUR**

***THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE, AND TRUST ON CUSTOMER  
SATISFACTION AT YAMAHA MIO AT ARISTA TAJUR***

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh harga, citra merek, dan kepercayaan baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen pada Yamaha Mio di Arista Tajur. Kuesioner didistribusikan kepada 100 responden yang diambil dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria; konsumen yang telah melakukan pembelian motor Yamaha Mio dan konsumen yang dilihat cukup dewasa untuk mengisi kuesioner, minimal berusia tujuh belas tahun, dengan alasan telah mampu dalam menentukan kepuasan yang diterima dengan secara rasional. Kuesioner teruji dengan uji validitas, uji reliabilitas, dan juga uji asumsi klasik. Hasil dari pengujian tersebut valid, reliabel, dan dapat dipakai untuk data regresi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian meunjukkan bahwa variabel harga, citra merek, dan kepercayaan secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Yamaha Mio di Arista Tajur. Hasil pengujian koefisien determinasi (R Square) 57,6% sedangkan sisanya sebesar 42,4%. Hubungan antara harga, citra merek, dan kepercayaan sangat kuat dengan hasil koefisien korelasi sebesar 0,759.

**Kata kunci:** Harga, Citra Merek, Kepercayaan, Kepuasan konsumen.

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze and identify the effect of price, brand image, and trust both simultaneously and partially on customer satisfaction at Yamaha Mio at Arista Tajur. Questionnaires were distributed to 100 respondents who were taken by purposive sampling technique with criteria; consumers who have purchased Yamaha Mio motorbikes and consumers who are seen as mature enough to fill out the questionnaire, at least seventeen years old, with the reason that they have been able to determine the satisfaction received rationally. The questionnaire was tested with validity tests, reliability tests, and also classic assumption tests. The results of these tests are valid, reliable, and can be used for regression data. The analytical method used in this study is a descriptive and verification method with a quantitative approach. The results of the study show that the variables of price, brand image, and trust simultaneously or partially have a positive and significant effect on customer satisfaction at Yamaha Mio at Arista Tajur. The test results for the coefficient of determination (R Square) are 57.6% while the remaining is 42.4%. The relationship between price, brand image, and trust is very strong with a correlation coefficient of 0.759.*

**Keywords:** Price, Brand Image, Trust, Consumer satisfaction.