

ABSTRAK

Hubungan antara *Brand Image* dengan *Customer Satisfaction* pada Pengguna Produk *Fashion* Lokal di Kota Jambi

Oleh: Dimas Nurul Wardana

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan hubungan antara *brand image* dengan *customer satisfaction* pada pengguna produk *fashion* lokal di Kota Jambi. Jenis penelitian ini ialah kuantitatif korelasional. Subjek penelitian berjumlah 100 orang pengguna produk *fashion* lokal. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *incidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala *brand image* dan *customer satisfaction*. Analisis data menggunakan *Product Moment Correlation Coefisien*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara *brand image* dengan *customer satisfaction* pada pengguna produk *fashion* lokal di Kota Jambi. Terbukti dari hasil uji hipotesis didapatkan koefisien korelasi (r) = 0,777 dengan $p = 0,000$ ($p < 0.01$). Dengan demikian hipotesis yang dikemukakan sebelumnya terdapat hubungan positif yang signifikan antara *brand image* dengan *customer satisfaction* pada pengguna produk *fashion* lokal di Kota Jambi diterima.