

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image* produk kartu perdana IM2 terhadap kepuasan konsumen. pengaruh preferensi merek produk kartu perdana IM2 terhadap kepuasan konsumen, pengaruh *brand image* dan preferensi merek secara bersama-sama atau secara simultan terhadap kepuasan konsumen produk kartu perdana IM2. Metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian penjelasan (*explanatory research*) pada 100 orang konsumen IM2. Teknik yang digunakan untuk menguji hipotesis ialah analisis regresi. Hasil penelitian melalui analisis deskriptif menunjukkan bahwa citra merek (*brand Image*) yang diuraikan dalam empat dimensi yaitu dimensi *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality* dan *brand loyalty* berada dalam kategori baik. Sedangkan dari preferensi merek yang dilihat dari dimensi lebih menyukai merek tertentu dibandingkan dengan merek-merek lain dan dimensi cenderung membeli merek tertentu dibandingkan dengan merek lain berada dalam kategori baik juga. Selanjutnya, kepuasan konsumen yang diuraikan dalam tiga dimensi yaitu dimensi setelah mempertimbangkan segalanya, responden merasa sangat puas terhadap merek, dimensi menganggap bahwa kualitas keseluruhan merek IM2 adalah sempurna dan dimensi akan merekomendasikan merek IM2, jika orang lain bertanya kepada responden berada dalam kategori baik. Hasil penelitian melalui analisis uji-t menunjukkan bahwa *brand image* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan preferensi merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, sedangkan dari uji-f menunjukkan *brand image* dan preferensi merek secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Citra Merek, Preferensi Merek, Kepuasan Konsumen