

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KONSUMEN PERLENGKAPAN OLAHRAGA MEREK REEBOK DI YOGYAKARTA**

Dede Adi Haryanto<sup>1</sup>, Rizki Wahyuning Damayanti<sup>2</sup>

## **INTISARI**

**Latar Belakang :** Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat mendorong pertumbuhan industri perlengkapan olahraga, termasuk merek global Reebok yang cukup diminati di Yogyakarta. Fenomena ini menjadikan pentingnya pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen.

**Tujuan penelitian :** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada pengguna peralatan olahraga merek Reebok di Yogyakarta.

**Metode Penelitian :** Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4. Jumlah sampel ditentukan sebanyak 190 responden berdasarkan metode (Hair et al., 2015) yang merekomendasikan ukuran sampel minimal 100 atau 10 di kali jumlah indikator.

**Hasil :** Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan harga masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini mendukung teori diskonfirmasi harapan, di mana kepuasan muncul apabila persepsi kinerja produk melebihi ekspektasi konsumen.

**Kesimpulan :** kualitas produk, penguatan citra merek, dan penetapan harga yang sesuai menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan terhadap merek Reebok di pasar peralatan olahraga.

**Kata kunci:** kualitas produk, citra merek, harga, kepuasan konsumen, Reebok, Yogyakarta.

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

<sup>2</sup>Dosen Manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

# THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND PRICE ON CONSUMER SATISFACTION OF REEBOK BRAND SPORTS EQUIPMENT IN YOGYAKARTA

Dede Adi Haryanto<sup>1</sup>, Rizki Wahyuning Damayanti<sup>2</sup>

## ABSTRACT

**Background :** *Rising public awareness of healthy lifestyles is driving the growth of the sportswear industry, including the global brand Reebok, which is quite popular in Yogyakarta. This phenomenon highlights the importance of understanding the factors influencing consumer satisfaction.*

**Objective :** *This study aims to analyze the influence of product quality, brand image, and price on consumer satisfaction among users of Reebok brand sports equipment in Yogyakarta.*

**Methods :** *This study uses a quantitative approach with a survey method through questionnaire distribution. The data analysis technique was carried out using Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the help of the SmartPLS 4 application. The number of samples was determined at 190 respondents based on the method (Hair et al., 2015) which recommends a minimum sample size of 100 or 10 times the number of indicators.*

**Result :** *The results of the analysis show that product quality, brand image, and price each have a positive and significant effect on consumer satisfaction. This finding supports the theory of disconfirmation of expectations, where satisfaction arises when the perception of product performance exceeds consumer expectations.*

**Conclusion :** *Product quality, brand image strengthening, and appropriate pricing are important factors in shaping customer satisfaction with the Reebok brand in the sports equipment market.*

**Keywords:** *product quality, brand image, price, consumer satisfaction, Reebok, Yogyakarta.*

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta

<sup>2</sup>Dosen Manajemen Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta