

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Parfum Azzawars Padang. Penelitian ini terdiri dari dua variabel independent yaitu Citra Merek dan Kualitas Produk dan dua variabel dependen Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan. Metode analisis yang digunakan adalah korelasi dan regresi linier berganda. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden yaitu Pengguna Parfum Azzawars Di Kota Padang. Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan uji parsial yaitu (1) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (3) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (4) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (5) Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (6) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. (7) Kualitas produk Berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine how big the influence of brand image and product quality on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable in Azawars Padang perfume. This study consists of two independent variables, namely Brand Image and Product Quality and the two dependent variables are Customer Loyalty and Customer Satisfaction. The analytical method used is correlation and multiple linear regression. The method of data collection in this study was to use a questionnaire filled out by respondents, namely Azzawars Perfume Users in the City of Padang. The results obtained based on the partial test, namely (1) Brand image has a positive and significant effect on customer loyalty. (2) Product quality has a positive and significant effect on customer loyalty. (3) Brand Image has a positive and significant effect on customer satisfaction (4) Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. (5) Customer satisfaction has no positive and significant effect on customer loyalty. (6) Brand image has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable. (7) Product quality has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Customer Loyalty and Customer Satisfaction