

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengaruh citra merek, kualitas produk terhadap perpindahan merek melalui kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening pada konsumen sabun pembersih wajah Biore mahasiswi manajemen FEB UPI “YPTK”. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuesioner , dengan 95 responden mahasiswi manajemen FEB UPU “YPTK”. Metode analisis yang digunakan adalah analisis dekriptif (*Descriptive*) dan analisis jalur (*Path Analysis*).

Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan (a) terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,667 dengan tingkat signifikan sebesar  $(0,000 < 0,005)$  (b) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,226 dengan tingkat signifikan sebesar  $(0,003 < 0,005)$  (c) terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap perpindahan merek sebesar 0,346 dengan tingkat signifikan sebesar  $(0,000 < 0,005)$  (d) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap perpindahan merek sebesar 0,364 dengan tingkat signifikan sebesar  $(0,000 < 0,005)$  (e) terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan konsumen terhadap perpindahan merek sebesar 0,294 dengan tingkat signifikan sebesar  $(0,001 < 0,005)$  (f) Citra merek mempunyai hubungan tidak langsung terhadap perpindahan merek melalui kepuasan konsumen sebesar  $(0,667 \times 0,294 = 0,198)$  (g) Kualitas produk mempunyai hubungan tidak langsung terhadap perpindahan merek melalui kepuasan konsumen sebesar  $(0,226 \times 0,294 = 0,066)$ .

Akhirnya penulis menyarankan agar perpindahan merek menurun maka, PT.KAO Indonesia harus meningkatkan citra merek dan kualitas produk dengan indikator yang ada.

**Kata Kunci : Citra merek, Kualitas produk terhadap Perpindahan merek memalului kepuasan konsumen.**