

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Desain Produk dan *Brand Image* terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Studi pada Pelanggan Uno Koffie di Kota Padang. Dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, dengan sampel 100 orang responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan analisis jalur menggunakan aplikasi SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara Uji Parsial (Uji t) diperoleh desain produk dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian desain produk dan *brand image* dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas. Kepuasan pelanggan tidak memediasi hubungan antara desain produk terhadap loyalitas. Kepuasan pelanggan tidak memediasi hubungan antara *brand image* terhadap loyalitas. Kontribusi sumbangan variabel *independen* Desain Produk dan *Brand Image* terhadap variabel *dependen* Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 36,4%. Sedangkan sisanya adalah sebesar 63,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Kontribusi sumbangan variabel *independen* Desain Produk, *Brand Image* dan Kepercayaan Pelanggan terhadap variabel *dependen* Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 77,8%. Sedangkan sisanya adalah sebesar 22,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : Desain Produk, *Brand Image*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Product Design and Brand Image on Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable Study on Uno Koffie Customers in Padang City. The data collection method a using questionnaires, with a sample of 100 respondents. The analytical method used is multiple linear regression analysis and path analysis using the SPSS application.

The results showed that the partial test (t test) obtained that product design and brand image had a significant effect on customer satisfaction. Then product design and brand image and customer satisfaction had a significant effect on loyalty. Customer satisfaction did not mediate the relationship between product design and loyalty. Satisfaction The customer does not mediate the relationship between brand image and loyalty. The contribution of the independent variable Product Design and Brand Image to the dependent variable of Customer Satisfaction is 36.4%. While the remaining 63.6% is influenced by other variables outside of this research. The contribution of the independent variables of Product Design, Brand Image and Customer Trust to the dependent variable of Customer Loyalty is 77.8%. While the remaining 22.2% is influenced by other variables outside of this study.

Keywords : Product Design, Brand Image, Customer Satisfaction, Loyalty