

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Differensiasi Produk, Inovasi Produk, Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada PD.Kharisma BARU Kota Padang. Metode analisis data menggunakan kuesioner, dengan sampel 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah untuk uji hipotesis digunakan yaitu Path Coeficient yaitu pengujian yang dilakukan untuk melihat pengaruh langsung dan Indirect Effect merupakan pengujian yang bertujuan untuk melihat pengaruh tidak langsung. Hasil penelitian yang didapatkan yaitu : a) Diferensiasi Produk Tidak Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PD.KHARISMA BARU Kota Padang. b) Inovasi Produk Berpengaruh Positif Dan Tidak Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PD.KHARISMA BARU Kota Padang c) Kualitas Produk Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PD.KHARISMA BARU Kota Padang d) Diferensiasi Produk Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Citra Merek Pada PD.KHARISMA BARU Kota Padang. e) Inovasi Produk Tidak Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Citra Merek Pada PD.KHARISMA BARU Kota Padang. f) Kualitas Produk Berpengaruh Positif Dan Tidak Signifikan Terhadap Citra Merek Pada PD.KHARISMA BARU Kota Padang. g) Citra Merek Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PD.KHARISMA BARU Kota Padang. h) Diferensiasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Citra Merek Pada PD.KHARISMA BARU Kota Padang. i) Inovasi Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Citra Merek Pada PD.KHARISMA BARU Kota Padang. j) Kualitas Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Citra Merek Pada PD.KHARISMA BARU Kota Padang.

Kata Kunci: Differensiasi Produk, Inovasi Produk, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen Dan Citra Merek

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product differentiation, product innovation, product quality on consumer loyalty with brand image as an intervening variable at PD. Kharisma Baru, Padang City. The data analysis method used a questionnaire, with a sample of 100 respondents. The data analysis method used is to test the hypothesis used, namely the Path Coefficient, which is a test carried out to see the direct effect and the Indirect Effect is a test that aims to see the indirect effect. The results obtained are: a) Product Differentiation has a Positive and Significant Effect on Consumer Loyalty at PD.KHARISMA BARU Padang City. b) Product Innovation Has a Positive and has not Significant Effect on Consumer Loyalty at PD.KHARISMA Baru Padang City. c) Product Quality Has Positive And Significant Influence On Consumer Loyalty At PD.KHARISMA Baru Padang City d) Product Differentiation Has Positive And Significant Effect On Brand Image At PD.KHARISMA Baru Padang City. e) Product Innovation Has not Positive And Significant Effect on Brand Image at PD.KHARISMA Baru Padang City. f) Product Quality Has a Positive And has not Significant Effect on Brand Image At PD.KHARISMA Baru Padang City. g) Brand Image Has Positive And Significant Influence On Consumer Loyalty At PD.KHARISMA Baru Padang City. h) Product Differentiation has a positive and significant effect on Consumer Loyalty through Brand Image at PD.KHARISMA Baru Padang City. i) Product Innovation has a positive and has not significant effect on Consumer Loyalty through Brand Image at PD.KHARISMA Baru Padang City. j) Product Quality has a positive and has not significant effect on Consumer Loyalty through Brand Image at PD.KHARISMA Baru Padang City.

Keywords: *Product Differentiation, Product Innovation, Product Quality, Consumer Loyalty and Brand Image*

KATA PENGANTAR