

ABSTRAK

RIDWAN EFENDI (16101155310282), Pengaruh Keunggulan Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Gelamai Tek Tam di Payakumbuh dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis 1) pengaruh keunggulan produk terhadap loyalitas pelanggan, 2) pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan, 3) pengaruh keunggulan produk terhadap kepuasan pelanggan, 4) pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan, 5) pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, 6) pengaruh keunggulan produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dan 7) pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pelanggan usaha Gelamai Tek Tam di Payakumbuh.

Objek dalam penelitian ini adalah pelanggan pada usaha Gelamai Tek Tam di Payakumbuh. Desain penelitian yang dilakukan adalah penelitian asosiatif kausal. Populasi adalah pembeli pada usaha Gelamai Tek Tam dengan 100 sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Instrumen yang digunakan untuk penelitian berupa angket tertutup dengan digunakan uji *path analysis* atau analisis jalur dengan pengolahan data menggunakan program SPSS Versi 24.0.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Gelamai Tek Tam dengan nilai signifikan $0,002 < \alpha 0,05$, terdapat pengaruh antara Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Gelamai Tek Tam dengan nilai signifikan $0,016 < \alpha 0,05$, terdapat pengaruh antara Keunggulan Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Gelamai Tek Tam dengan nilai signifikan $0,000 < \alpha 0,05$, terdapat pengaruh antara Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Gelamai Tek Tam dengan nilai signifikan $0,039 < \alpha 0,05$, terdapat pengaruh antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Gelamai Tek Tam dengan nilai signifikan $0,001 < \alpha 0,05$, secara tidak langsung Keunggulan Produk melalui Kepuasan Pelanggan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai pengaruh langsung sebesar 0,333 dan pengaruh tidak langsung 0,094 yang berarti bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh tidak langsung dan secara tidak langsung Citra Merek melalui Kepuasan Pelanggan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai pengaruh langsung sebesar 0,178 dan pengaruh tidak langsung 0,073 yang berarti bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh tidak langsung.

Kata Kunci : Keunggulan Produk, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan