

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh *brand Image* (citra merek) dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai *variable intervening smartphone* Samsung pada toko Rasyacell Plaza Andalas Padang. Metode analisis data menggunakan kuesioner, dengan 95 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dan analisis jalur (*Path Analysis*) menggunakan SPSS 21.

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh : (a) secara parsial *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *smartphone* Samsung ditoko Rasyacell Plaza Andalas Padang. (b) Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *smartphone* Samsung ditoko Rasyacell Plaza Andalas Padang. (c) secara parsial *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen *smartphone* Samsung ditoko Rasyacell Plaza Andalas Padang. (d) secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen *smartphone* Samsung ditoko Rasyacell Plaza Andalas Padang. (e) secara parsial Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen *smartphone* Samsung ditoko Rasyacell Plaza Andalas Padang. (f) Pengaruh langsung *Brand Image* lebih kecil dibandingkan pengaruh tidak langsung *Brand Image* melalui Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen *smartphone* Samsung ditoko Rasyacell Plaza Andalas Padang. (g) Pengaruh langsung Kualitas Produk lebih kecil dibandingkan pengaruh tidak langsung Kualitas Produk melalui Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen *smartphone* Samsung ditoko Rasyacell Plaza Andalas Padang.

**Kata kunci :** *brand image* (citra Merek), kualitas produk, loyalitas konsumen, kepuasan konsumen.