

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan secara parsial dan simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Batik Tanah Liek Bundo Kanduang Kota Padang. Variabel penelitian yaitu Kualitas Produk (X1), Citra Merek(X2), Kepuasan Pelanggan (Z), dan Loyalitas Pelanggan (Y). Metode mengumpulkan data menggunakan kuisioner, dengan sampel 100 orang responden. Metode analisis data yang digunakan adalah Uji validitas, Uji realibilitas dan analisis regresi berganda, untuk uji Hipotesis yang digunakan yaitu Uji t dan Uji R². Hasil penelitian menunjukkan (a) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). (b) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, dengan tingkat signifikan ($0,001 < 0,05$). (c) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). (d) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, dengan tingkat signifikan ($0,015 < 0,5$). (e) Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). (f) Kualitas Produk di intervening oleh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan, dengan tingkat signifikan ($0,571 > 0,264$) yang artinya mediasi diterima. (g) Citra Merek di intervening oleh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan, dengan tingkat signifikan ($0,311 > 0,155$) yang artinya mediasi diterima.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan.

ABSTRACT

The purpose of this research is to look out how significant the impact of product quality and brand image which mediated by customer satisfaction partially and simultaneously to the loyalty of Batik Tanah Liek Bundo Kanduang Kota Padang's costumer. With the research, the variables are Product quality, Brand image, Customer satisfaction, customer loyalty. Using questioner as a method to collect the data, with a hundred of the respondent. Validity trial, reliability trial, multiple regression are used as data analysis method, for hypothesis using t trial and R2 trial. The result show (a) the quality of products is positively and significantly affected satisfaction within the significant level ($0.000 < 0.05$). (b) the brand image is positively and significantly affected satisfaction within the significant level ($0.001 < 0.05$). (c) the quality of products is positively and significantly affected customer loyalty within the significant level ($0.000 < 0.05$). (d) the brand image is positively and significantly affected customer loyalty within the significant level ($0.015 < 0.05$). (e) the satisfaction is positively and significantly affected customer loyalty within the significant level ($0.000 < 0.05$). (f) in intervening, the quality of product to customer loyalty through satisfaction, within the significant level ($0.571 > 0.264$) which means the mediation is accepted. (g) in intervening, the brand image to customer loyalty through satisfaction, within the significant level ($0.311 > 0.155$) which means the mediation is accepted.

Keywords : Quality of Product, Brand Image, Loyalty of Costumer, Satisfaction.