

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen.

Sampel penelitian sebanyak 100 responden yang menggunakan notebook merek Acer. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang menggunakan notebook merek Acer dengan pertimbangan atau kriteria antara lain : (1) konsumen berusia 17 tahun keatas, dan (2) memiliki notebook merek Acer dan sudah memakainya minimal 1 tahun. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil pengolahan dapat disimpulkan bahwa (1) citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2) kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (3) citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, (4) kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, (5) kepuasan konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : citra merek, kualitas produk, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image and product quality to customer satisfaction and its impact on consumer loyalty.

A sample of 100 respondents who used Acer brand notebook. The sampling technique used is purposive sampling technique. Data collection is done by distributing questionnaires to consumers who buy Acer brand notebook with consideration or criteria, among others: (1) consumers aged 17 years and above, and (2) have notebook brand Acer and already wear it At least 1 year. Methods of data analysis using multiple linear regression.

The result of processing can be concluded that (1) brand image partially have positive and significant effect to consumer satisfaction, (2) product quality partially have positive and significant effect to consumer satisfaction, (3) brand image partially have positive and significant effect to consumer loyalty, (4) product quality partially have positive and significant effect to consumer loyalty, (5) customer satisfaction partially have positive and significant influence to consumer loyalty.

Keywords: brand image, product quality, consumer satisfaction and consumer loyalty