

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi Pengguna Motor *Matic* Merek Honda di Kota Padang)

Oleh

Kamilul Ihsani¹ Irda² dan Dahliana Kamener³

Jurusan Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta Padang

E-mail: Kamilulihسانی@gmail.com, irda@bunghatta.ac.id,

Dahlianakamener@bunghatta.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menguji pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada motor matik merek Honda di Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sepeda motor matic Honda di Kota Padang. Jumlah sampel sebanyak 80 orang responden yang dipilih menggunakan teknik Purposive Sampling. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner terhadap pengguna motor matik Honda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, citra merek berpengaruh negatif terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk berpengaruh negatif terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen memediasi pengaruh antara citra merek dan loyalitas konsumen, selanjutnya kepuasan konsumen memediasi pengaruh antara kualitas produk dan loyalitas konsumen.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas konsumen

THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER LOYALTY WITH CONSUMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLES

(Study of Honda Brand Matic Motor Users in Padang City)

By

Kamilul Ihsani¹ Irda² and Dahliana Kamener³
Department of Management, Faculty of Economics and Business
Bung Hatta University, Padang
E-mail: Kamilulihسانی@gmail.com, irda@bunghatta.ac.id,
Dahlianakamener@bunghatta.ac.id

Abstract

This study examines the influence of brand image and product quality on consumer loyalty with satisfaction as an intervening variable for Honda brand automatic motorcycles at city of Padang. The population in this study were consumers of Honda matic motorcycles at the city of Padang. With a total sample of 80 respondents selected using the Purposive Sampling technique. Primary data collection using questionnaires. The results showed that brand image has a positive effect on customer satisfaction, brand image has a negative effect on customer loyalty, customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty, product quality has a positive effect on customer satisfaction, product quality has a negative effect on customer loyalty, customer satisfaction mediate between brand image and customer loyalty, customer satisfaction mediate between product quality and consumer loyalty.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty*