**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK DAN**

**CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

**PADA TOYOTA AGYA DI KOTA PADANG**

**Angelia Yolanda1, Surya Dharma 1, Mery Trianita1**

1Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta

E-mail : angeliayolanda1210@gmail.com, priyatama\_surya@yahoo.com, merytrianita@yahoo.com

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen, kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas konsumen pada Toyota Agya di Kota Padang. Sampel dalam penelitian ini adalah responden yang pernah membeli dan menggunakan mobil Toyota Agya, dengan kriteria telah berumur diatas 20 tahun, sudah menggunakan mobil Toyota Agya minimal 6 bulan, dan yang berdomisili di Kota Padang berjumlah 80 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *accidental sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Uji hipotesis dengan menggunakan uji t statistik untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepuasan konsumen dan citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen pada Toyota Agya di Kota Padang, sedangkan kualitas produk tidak terbukti berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen pada Toyota Agya di Kota Padang.

**Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merek, Loyalitas Konsumen**

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK DAN**

**CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

**PADA TOYOTA AGYA DI KOTA PADANG**

**Angelia Yolanda1, Surya Dharma1, Mery Trianita1**

1Department of Management, Faculty of Economics, University of Bung Hatta

E-mail: angeliayolanda1210@gmail.com

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of customer satisfaction, product quality and brand image on consumer loyalty to the Toyota Agya in Padang. The sample in this study are respondents who have bought and used car Toyota Agya, the criteria have been aged over 20 years, been using Toyota Agya at least 6 months, and who live in the city of Padang is 80 respondents. The sampling technique was accidental sampling. The data used is primary data through questionnaires. Data analysis method used is multiple linear regression analysis. Hypothesis testing using t test statistics to demonstrate the influence of the independent variable on the dependent variable partially or individual.*

*The results of the study found that consumer satisfaction and brand image positive effect on customer loyalty in the Toyota Agya in Padang, while the product quality is not proven positive effect on consumer loyalty to the Toyota Agya in Padang.*

***Keywords: Customer Satisfaction, Quality Products, Brand Image, Consumer Loyalty***