

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

**((Studi Kasus Pelanggan California Fred Chicken (CFC) Ulak Karang Kota
Padang))**

¹ Rahmi Chotimah Parmita, ² Reni Yuliviona, ² Wiry Utami

**¹ Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Bung Hatta**

**² Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung
Hatta**

**E-mail : rahmi.chotimah97@gmail.com, reniyuliviona@bunghatta.ac.id,
wiryutami@bunghatta.ac.id**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (Studi Kasus Pelanggan California Fred Chicken (CFC) Ulak Karang Kota Padang). Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 60 orang.. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan metode *structural model assessment*. Data diolah menggunakan Smart PLS.

Kata kunci : kualitas produk, citra merek, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON
CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS AN
INTERVENING VARIABLES***

***((California Fred Chicken (CFC) Ulak Karang Customer Case Study in Padang
City)***

¹ Rahmi Chotimah Parmita, ² Reni Yuliviona, ² Wiry Utami

***¹Student of Management Departement, faculty of Economics and Business Bung
Hatta University***

***²Lecture in Management Departement, faculty of Economics and Business Bung
Hatta University***

E-mail : rahmi.chotimah97@gmail.com, reniyuliviona@bunghatta.ac.id,
wiryutami@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of product quality and brand image on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable (Case Study of California Fred Chicken Customer (CFC) Ulak Karang Kota Padang). The sampling technique was purposive sampling using purposive sampling with a total of 60 respondents. The type of data used was primary data with the structural model assessment method. The data was processed using Smart PLS.

Keywords: product quality, brand image, customer satisfaction, customer loyalty

