

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2022

Yenny

120.2018.078

Analisis Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Minuman Co.Choc Cempaka Putih Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Intervening Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Mahasiswa Cempaka Putih)

85 halaman + xii + 19 tabel + 2 gambar + 9 lampiran

Uraian Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, citra merek terhadap loyalitas konsumen yang diintervening oleh kepuasan konsumen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Cempaka Putih yang pernah mengkonsumsi minuman Co.choc dengan jumlah 160 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (2) citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (3) kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. (4) kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. (5) citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. (6) kepuasan konsumen tidak meintervening pengaruh dari kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. (7) kepuasan konsumen tidak meintervening pengaruh dari citra merek terhadap loyalitas konsumen. Minuman Co.choc telah menerapkan aturan-aturan yang sesuai dengan syari'at Islam dengan kualitas produk yang baik akan memberikan kepuasan dan kesetiaan konsumen kepada minuman Co.choc yang akan meningkatkan citra merek perusahaan.

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

ABSTRACT

Faculty Of Economics and Business

Study Program S-1 Management

2021

Yenny

120.2018.078

Analysis of Product Quality and Brand Image on Consumer Loyalty in Co.Choc Cempaka Putih Drinks with Consumer Satisfaction as an Intervening and its Review from an Islamic Perspective (Case Study of Cempaka Putih Students)

85 halaman + xii + 19 tabel + 2 gambar + 9 lampiran

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of testing the effect of product quality, brand image on consumer loyalty which is intervened by consumer satisfaction. The sample used in this study were students of Cempaka Putih who had consumed Co.choc drinks with a total of 160 respondents. The sampling technique used non-probability sampling method, with purposive sampling technique. Methods of data collection using a questionnaire. Data analysis using SmartPLS 3.0. The results of this study indicate that: (1) product quality has a positive and significant influence on consumer satisfaction. (2) brand image has a positive and significant influence on consumer satisfaction. (3) consumer satisfaction has a positive and significant influence on consumer loyalty. (4) product quality has a positive and significant influence on consumer loyalty. (5) brand image has a positive and significant influence on consumer loyalty. (6) consumer satisfaction does not interfere with the effect of product quality on consumer loyalty. (7) consumer satisfaction does not interfere with the influence of brand image on consumer loyalty. Co.choc drinks have implemented rules that are in accordance with Islamic shari'ah with good product quality will provide satisfaction and consumer loyalty to Co.choc drinks which will improve the company's brand image.

Keywords : *product quality, brand image, consumer loyalty, and customer satisfaction.*