

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MEMBENTUK LOYALITAS KONSUMEN**

**Studi Kasus Pada Konsumen Baju H&M di Yogyakarta**

Fitriani  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dalam membentuk loyalitas konsumen baju H&M di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 11 Maret 2019 di Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen baju H&M dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik Pengambilan Sample dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner melalui google form. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, sedangkan Citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, (2) Kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (3) Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, dan (4) Kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*.

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

## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER SATISFACTION IN FORMING CONSUMER LOYALTY

(Case Study of H & M Shirt Consumers in Yogyakarta)

Fitriani  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2019

This study aims to determine the effect of product quality and brand image on customer satisfaction in forming the loyalty of H & M clothing consumers in Yogyakarta. This research was conducted on March 11, 2019 in Yogyakarta. The population in this study were consumers of H & M clothes with a sample of 100 respondents. The sampling technique in this study used purposive sampling technique. Data collection is done by distributing questionnaires through google form. The data analysis technique used in this study is Partial Least Square (PLS). The results of this study show that (1)The product quality influences consumer loyalty, while the brand image does not influence consumer loyalty, (2)The product quality and brand image influence consumer satisfaction, (3)The Consumer satisfaction influences consumer loyalty, and (4)The Product quality and brand image influence consumer loyalty with the customer satisfaction as an intervening variable.

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