

ABSTRAK

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
Studi pada Konsumen Light Matte Sunstick Wardah di Yogyakarta**

Agustina Oktavia Manik
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh secara langsung kualitas produk terhadap loyalitas konsumen produk Light Matte Sunstick Wardah, 2) Pengaruh secara langsung *brand image* terhadap loyalitas konsumen produk Light Matte Sunstick Wardah, 3) Pengaruh secara langsung promosi terhadap loyalitas konsumen produk Light Matte Sunstick Wardah, 4) Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen produk Light Matte Sunstick Wardah dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, 5) Pengaruh *brand image* terhadap loyalitas konsumen produk Light Matte Sunstick Wardah dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, 6) Pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen produk Light Matte Sunstick Wardah dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk Light Matte Sunstick Wardah di Yogyakarta yang sudah pernah membeli dan menggunakan Light Matte Sunstick Wardah di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dengan bentuk *google form* yang disebarikan kepada 96 responden yang sudah pernah membeli dan menggunakan produk Light Matte Sunstick Wardah, berjenis kelamin wanita dan berdomisili di wilayah Yogyakarta. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* menggunakan aplikasi *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kualitas Produk secara langsung tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen produk Sunstick Wardah, 2) *Brand Image* secara langsung berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen produk Sunstick Wardah, 3) Promosi secara langsung tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen produk Sunstick Wardah, 4) Kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen produk Sunstick Wardah dengan dimediasi penuh oleh kepuasan konsumen, 5) *Brand Image* berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen produk Sunstick Wardah dengan dimediasi sebagian oleh kepuasan konsumen, 6) Promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen produk Sunstick Wardah dengan dimediasi penuh oleh kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas Produk, Brand Image, Promosi, Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT
INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND
PROMOTION
TOWARDS LOYALTY WITH CONSUMER SATISFACTION
AS A MEDIATION VARIABLE
Study on Light Matte Sunstick Wardah Consumers in Yogyakarta

Agustina Oktavia Manik
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2022

This study aims to find out whether: 1) The direct influence of product quality on consumer loyalty to Light Matte Sunstick Wardah products, 2) The direct influence of brand image on consumer loyalty to Light Matte Sunstick Wardah products, 3) The direct influence of promotion on consumer loyalty of Light Matte Sunstick Wardah products, 4) The influence of product quality on consumer loyalty of Light Matte Sunstick Wardah products with consumer satisfaction as a mediating variable, 5) The influence of brand image on consumer loyalty of Light Matte Sunstick Wardah products with consumer satisfaction as a mediating variable, 6) The effect of promotion on consumer loyalty of Light Matte Sunstick Wardah products with consumer satisfaction as a mediation variable. The population in this study is all consumers of Light Matte Sunstick Wardah products in Yogyakarta who have purchased and used Light Matte Sunstick Wardah in Yogyakarta. Sampling techniques use non-probability sampling techniques with purposive sampling. The data was obtained by distributing a questionnaire with a google form to 96 respondents who had purchased and used Light Matte Sunstick Wardah products, female and domiciled in the Yogyakarta region. The data analysis technique in this study is Partial Least Square using the SmartPLS 3.0 application. The results of this study show that: 1) Product Quality directly does not have a positive effect on consumer loyalty to Sunstick Wardah products, 2) Brand Image directly positively affects consumer loyalty to Sunstick Wardah product products, 3) Promotion directly does not have a positive effect on consumer loyalty of Sunstick Wardah products, 4) Product quality has a positive effect on consumer loyalty of Sunstick Wardah products by being fully mediated by consumer satisfaction, 5) Brand Image has a positive effect on consumer loyalty of Sunstick Wardah products by being mediated in part by consumer satisfaction, 6) Promotion has a positive effect on consumer loyalty of Sunstick Wardah products by being fully mediated by consumer satisfaction.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Promotion, Consumer Loyalty, Consumer Satisfactio

