

**ABSTRAK**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Studi pada Mahasiswa Pengguna Sepeda Motor Honda BeAT New eSP K81  
Kampus 1 dan 3 Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Antonius Yoga Dwi Hananto  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh langsung Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen, (2) pengaruh langsung Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen, (3) pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan dimediasi oleh Kepuasan Konsumen, (4) pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen dengan dimediasi oleh Kepuasan Konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna sepeda motor dengan jenis kelas atau segmen skuter *matic* dari perusahaan Honda yakni Honda BeAT New eSP K81, sedangkan sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa kampus 1 dan 3 Universitas Sanata Dharma Yogyakarta yang menggunakan produk sepeda motor Honda BeAT New eSP K81 selama lebih dari 2 tahun sebanyak 100 konsumen. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan kombinasi *accidental sampling*. Perolehan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan *google form*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *software SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Produk secara langsung berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, (2) Citra Merek secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, (3) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen dengan dimediasi penuh oleh Kepuasan Konsumen, (4) Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen dengan dimediasi penuh oleh Kepuasan Konsumen.

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

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE  
TOWARD CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER  
SATISFACTION AS A MEDIATION VARIABEL**

Study On Honda Beat New eSP K81 Motorcycle Users, Campus 1 and 3, Sanata  
Dharma University Yogyakarta

Antonius Yoga Dwi Hananto  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2023

This study aims to determine: (1) the direct effect of product quality on customer loyalty, (2) the direct effect of brand image on customer loyalty, (3) the effect of product quality on customer loyalty mediated by customer satisfaction, (4) the effect of brand image on customer loyalty mediated by customer satisfaction. The population in this study were motorcycle users with the type of class or automatic scooter segment from the Honda company, namely the Honda BeAT New eSP K81, while the sample in this study were campus 1 and 3 students at Sanata Dharma University Yogyakarta who used Honda BeAT New eSP motorcycle products. K81 for more than 2 years as many as 100 consumers. The sampling technique in this study used a non-probability sampling technique with a combination of accidental sampling. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents using the Google form. Data analysis was performed using SmartPLS 3.0 software. The results showed that: (1) product quality has a direct and significant effect on customer loyalty, (2) brand image does not directly have a significant effect on customer loyalty, (3) product quality has a significant effect on customer loyalty with fully mediated by customer satisfaction, (4) brand image has a significant effect on customer loyalty with fully mediated by customer satisfaction

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