

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian (Survei Pada Pada Pengguna *Smartphone* Vivo di wilayah Jakarta Barat)
Nama : Shafira Maulida Al Amin
Program Studi : S1 Manajemen

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara kualitas produk dan citra merek (variabel *independent*) terhadap loyalitas pelanggan (variabel *dependent*) melalui keputusan pembelian (variabel *dependent*)

Purposive Sampling digunakan dalam teknik pengambilan sampel, dan sampel sebanyak 195 responden yang membeli dan menggunakan *smartphone* Vivo. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Path Analysis*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk dan citra merek secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan, keputusan pembelian sebagai variabel intervening memiliki pengaruh yang kuat antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui keputusan pembelian, keputusan pembelian sebagai variabel intervening tidak memiliki pengaruh yang kuat antara citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui keputusan pembelian.

Semakin baik kualitas produk dan citra merek pada *smartphone* Vivo maka akan meningkatkan keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci:

Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Title : Effect of Product Quality and Brand Image on Customer Loyalty Through Purchasing Decisions (Survey on Smartphone Vivo Users in West Jakarta)
Name : Shafira Maulida Al Amin
Study Program : Business Management, Bachelor Degree Program

The purpose of this study is to study the direct and indirect interactions between product quality and brand image (independent variables) on customer loyalty (dependent variable) through the results of purchasing decisions (dependent variable). Purposive samples are used in sampling techniques, and a sample of 195 respondents bought and used a Vivo smartphone. The data analysis technique used in this study is Path Analysis.

The results of this study indicate that product quality and brand image directly have a positive and significant effect on purchasing decisions, product quality and brand image directly have a positive and significant effect on customer loyalty, purchasing decisions show a positive and significant direct effect on customer loyalty, purchasing decisions as Intervening variable has a strong influence between product quality on customer loyalty through purchasing decisions, purchasing decisions as an intervening variable has a strong power between brand image on customer loyalty through purchasing decisions.

Improving product quality and brand image on Vivo smartphones will increase purchasing decisions and customer loyalty.

Keywords:

Product Quality, Brand Image, Purchasing Decisions, Customer Loyalty