

## ABSTRAK

**Rekha Tiara Kirana, Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. Dibimbing oleh Dr. Tantri Yanuar Rahmat Syah, SE, M.SM.**

Penelitian ini memiliki beberapa masalah pada brand image yang dinilai perusahaan masih kurang ekspansi, kualitas produk yang belum bisa memberikan kepuasan yang membuat kurangnya loyalitas yang maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai mediasi dalam pembelian Chatime di wilayah Kemanggisan, Jakarta Barat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SEM (Structural Equation Modeling). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Sampel dalam penelitian ditetapkan berjumlah 155 responden dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner berbentuk angket maupun *e-form*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, brand image tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk dan brand image tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci : kualitas produk, *brand image*, loyalitas pelanggan, kepuasan konsumen**

## ABSTRAK

***Rekha Tiara Kirana, The Effect of Product Quality and Brand Image on Customer Loyalty with Consumer Satisfaction as Intervening Variables. Supervised by Dr. Tantri Yanuar Rahmat Syah, SE, M.SM.***

*This research has several problems with the brand image that the company considers lacking expansion, product quality that has not been able to provide satisfaction that makes a maximum lack of loyalty. This study aims to analyze the effect of product quality and brand image on loyalty with satisfaction as a mediator in purchasing Chatime in the Kemanggisan area, West Jakarta. The research method used in this study uses SEM (Structural Equation Modeling). The type of data used in this study is qualitative data. The sample in the study was set to be 155 respondents using non-probability sampling techniques. The data collection method uses a questionnaire in the form of a questionnaire and e-form. The results of this study indicate that product quality has a positive effect on customer satisfaction, brand image does not have a positive effect on customer satisfaction, product quality and brand image does not have a positive effect on customer loyalty, customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty.*

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