

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Burger King Citra Raya dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif. Penelitian ini adalah *explanatory research*, pengambilan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner *online google form*. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif dengan validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana, regresi berganda, dan analisis path. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Burger King Citra Raya. Kualitas produk dan citra merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Burger King Citra Raya. Sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Burger King Citra Raya. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Burger King Citra Raya. Kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Burger King Citra Raya, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terbukti sebagai variabel intervening. Sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Burger King Citra Raya, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak terbukti sebagai variabel intervening.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality, service quality, and brand image on consumer loyalty through customer satisfaction. The population in this study were Burger King Citra Raya consumers with a total sample of 200 respondents. The research method used is the associative method. This research is an explanatory research, taking using non-probability sampling method with purposive sampling technique. Data collection using an online google form questionnaire. This study uses quantitative and qualitative analysis with validity, reliability, correlation coefficient, coefficient of determination, simple regression, multiple regression, and path analysis. The results showed that product quality, service quality, and brand image had a positive and significant simultaneous effect on customer satisfaction at Burger King Citra Raya. Product quality and brand image have no positive and significant effect on consumer loyalty of Burger King Citra Raya. While the quality of service has a positive and significant effect on consumer loyalty Burger King Citra Raya. Consumer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty Burger King Citra Raya. Product quality and brand image have a positive and significant effect on consumer loyalty through Burger King Citra Raya's consumer satisfaction, this shows that customer satisfaction is proven as an intervening variable. While service quality has no positive and significant effect on consumer loyalty through Burger King Citra Raya's customer satisfaction, this shows that customer satisfaction is not proven as an intervening variable.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Brand Image, Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction.