

ABSTRAK

SUGIARTI RUWASIH. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel antara terhadap Loyalitas Konsumen: Studi Pada Konsumen McDonald's Citra Raya Cikupa Tangerang. Dibimbing oleh Bapak Abdurrahman,MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan citra merek dengan kepuasan konsumen sebagai variabel antara terhadap loyalitas konsumen pada McDonald's Citra Raya Cikupa.

Pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner sebanyak 30 responden kepada konsumen yang membeli lebih dari 3 kali Di Kota Cikupa Tangerang untuk melakukan analisis uji validitas dan reliabilitas. Data – data yang telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas maka dilakukan analisis lebih lanjut dengan menyebarkan kuesioner kembali sebanyak 100 sebagai responden. Adapun metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah dengan menggunakan quota sampling, metode analisis data yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Berganda, Uji T dan Uji F dan Analisis Path (diagram jalur) dengan menggunakan bantuan SPSS 18,0.

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mencari pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek dengan kepuasan konsumen sebagai variabel antara terhadap Loyalitas Konsumen. Untuk melihat pengaruh secara parsial dan gabungan. Hasil dalam penelitian ini adalah $0,00 < 0,05$ yang berarti bahwa Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap Kepuasan konsumen McDonald's Citra Raya. Citra Merek memiliki nilai sebesar $0,13 < 0,05$ yang berarti memiliki pengaruh terhadap kepuasan. Hasil secara gabungan Kualitas Produk, Citra Merek dan Kepuasan terhadap Loyalitas sebesar $0,00 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh secara gabungan terhadap Loyalitas. Tetapi dilihat secara parsial bahwa Citra merek tidak mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas dengan nilai signifikan sebesar $1,01 > 0,05$ dan Kualitas Produk juga tidak berpengaruh terhadap loyalitas mempunyai nilai signifikan sebesar $5,43 > 0,05$.

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