

ABSTRACT

The Influence of Brand Image And Product Quality To Brand Loyalty Which Is Mediated By Customer Satisfaction (Study At The Customer Bata In Bandar Lampung)

By

Fara Diba Eka Putri

The purpose of this research is to know and explain the influence of brand image and product quality to brand loyalty mediated by customer satisfaction for the customer of Bata in Bandar Lampung. This research use explanatory research method, the sample of research consisted by 100 respondents of bata customer by using questionnaire. The sampling technique uses non probability sampling. method of data analysis in this study using Partial Least Square (PLS) with smartpls version 3.2.7 which is run by computer.

The results of this study indicate that for the brand image variable does not significantly affect brand loyalty, product quality does not significantly influence brand loyalty, brand image significantly influence customer satisfaction, product quality significantly influence customer satisfaction, customer satisfaction influence significantly to brand loyalty, brand image mediated by customer satisfaction significantly influence brand loyalty, product quality mediated by customer satisfaction significantly influence brand loyalty. This shows that the brand image and product quality affect the brand loyalty mediated by customer satisfaction. Implementation of this research result to improve and maintain brand loyalty of Bata customer in Bandar Lampung.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Brand Loyalty and Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Pengaruh *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap *Brand Loyalty* Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Sepatu Bata Di Bandar Lampung)

Oleh

Fara Diba Eka Putri

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap *brand loyalty* yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada pelanggan sepatu Bata di Bandar Lampung. Jenis penelitian ini menggunakan *explanatory research*, sampel penelitian ini yaitu 100 pelanggan sepatu Bata dengan menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dengan *smartpls version 3.2.7* yang dijalankan dengan media komputer.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand image* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *brand loyalty*, kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *brand loyalty*, *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap *brand loyalty*, *brand image* yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap *brand loyalty*, kualitas produk yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap *brand loyalty*. Hal ini menunjukkan bahwa *brand image* dan kualitas produk berpengaruh terhadap *brand loyalty* yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Implementasi hasil penelitian ini untuk meningkatkan dan mempertahankan *brand loyalty* pada pelanggan sepatu Bata di Bandar Lampung.

Kata Kunci: *Brand Image*, Kualitas Produk, *Brand Loyalty* dan Kepuasan Pelanggan.