

ABSTRAK

PENGARUH *REBRANDING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN MAKO CAKE AND BAKERY

Oleh

KANESHA SEPDWITA NEFRI

Pertumbuhan perekonomian Indonesia sebagian besar didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga. Industri makanan dan minuman tumbuh paling cepat akibat dari adanya peningkatan konsumsi rumah tangga. Salah satu contoh bisnis dari sub sektor makanan dan minuman yang berkembang di Indonesia adalah bisnis di bidang toko roti/*bakery*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *rebranding* dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Mako Cake and Bakery sebagai mediasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Mako Cake and Bakery yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Teknik *sampling* ditentukan menggunakan *purposive sampling* sebanyak 385 responden yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) meliputi uji *outer model*, uji *inner model*, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *rebranding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, *rebranding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, namun kualitas produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, *rebranding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen, serta kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen.

Kata kunci: *Rebranding*, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

THE EFFECT OF REBRANDING AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER LOYALTY THROUGH CONSUMER SATISFACTION AT MAKO CAKE AND BAKERY

By

KANESHA SEPDWITA NEFRI

Indonesia's economic growth is largely driven by increased household consumption. The food and beverage industry is growing the fastest due to increased household consumption. One example of a business from the food and beverage sub-sector that is developing in Indonesia is the bakery business. This research aims to determine the effect of rebranding and product quality on consumer loyalty which is mediated by Mako Cake and Bakery consumer satisfaction. The type of research used is explanatory with a quantitative approach. The population in this research were Mako Cake and Bakery consumers spread across various regions in Indonesia. The sampling technique was determined using purposive sampling of 385 respondents obtained from the results of distributing questionnaires. The data analysis technique used Partial Least Square (PLS) including outer model tests, inner model tests, and hypothesis tests. The results of the research indicate that rebranding has a positive and significant effect on consumer satisfaction, rebranding has a positive and significant effect on consumer loyalty, product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction, but product quality has a positive but not significant effect on consumer loyalty, consumer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty, rebranding has a positive and significant effect on consumer loyalty mediated by consumer satisfaction, and product quality has a positive and significant effect on consumer loyalty mediated by consumer satisfaction.

Keywords: *Rebranding, Product Quality, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty.*