

## ABSTRAK

**Zico Rickyanda Harahap, NIM 710321006. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* pada Toko Roti Ganda di Kota Pematangsiantar. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Univeritas Negeri Medan.**

Di era globalisasi ini, perusahaan akan menghadapi persaingan yang semakin luas sehingga Citra Merek perusahaan serta Kualitas Produk yang baik akan memberikan kepuasan yang merupakan nilai lebih bagi pelanggan untuk membeli lagi produk dari perusahaan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada Toko Roti Ganda. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan variabel Kepuasan Pelanggan sebagai variabel *intervening* untuk menganalisis pengaruh tidak langsung Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Pelanggan Toko Roti Ganda. Sedangkan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang yang diambil dari populasi tersebut. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode kuesioner yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan atau kuesioner secara langsung kepada responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SEM (Structural Equation Modelling) yang dioperasikan melalui program AMOS 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Citra Merek mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan dengan tingkat signifikan yang baik, variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan dengan tingkat signifikan yang baik, variabel Citra Merek mempunyai pengaruh yang negatif terhadap Loyalitas Pelanggan dengan tingkat signifikan yang buruk, variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang negatif terhadap Loyalitas Pelanggan dengan tingkat signifikan yang buruk, variabel Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Loyalitas Pelanggan dengan tingkat signifikan yang baik, Citra Merek secara tidak langsung berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dengan *intervening* Kepuasan Pelanggan. Dan Kualitas Produk secara tidak langsung berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dengan *intervening* Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci :Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan Structural Equation Modelling

## ***ABSTRACT***

**Zico Rickyanda Harahap, NIM 7103210068. Effect of Brand Image and Quality Product On Customer Loyalty With Customer Satisfaction as an intervening variable on Ganda Bakery in Pematangsiantar city. Department of Management, Faculty of Economics, State University of Medan.**

In this era of globalization, the company will face competition increasingly broad that the company brand image and product quality that will either give satisfaction is more value for customers to buy more products from these companies.

The purpose of this research was to know the influence of Brand Image, Quality Product Costumer Satisfaction and Costumer Loyalty on Ganda Bakery, this research also used Costumer Satisfaction as an intervening variables to analyze the influence of the indirect effect of Brand Image and Quality Product on Costumer Loyalty.

The population of this research are all costumer of the Ganda Bakery. While the sample taken in this research were as many as 100 people drawn from the population. The collected data used questionnaire method is to provide a list of questions or questionnaires directly to respondents. The Analysis data techniques in this study use SEM (Structural Equation Modeling) analysis which is operate by AMOS 21 program.

The results of the show that the Brand Image variables have a positive influence on the Costumer Satisfaction with a good level of significant, the variable of Quality Product have a positive influence on the Costumer Satisfaction with a good level of significant, Brand Image variables have a negative influence on the Costumer Loyalty with a bad level of significant, Quality Product variables have a negative influence on the Costumer Loyalty with a bad level of significant. Costumer Satisfaction have a positive influence on the Costumer Loyalty with significant levels of good, the variable of Brand Image have a positive influence on the Costumer Loyalty with significant levels of good, Brand Image indirectly influence the Customer Loyalty Customer Satisfaction with intervening. Product Quality and indirectly influence the Customer Loyalty Customer Satisfaction with intervening.

Keywords : Brand Image, Quality Product, Costumer Satisfaction, Costumer Loyalty, Structural Equation Modeling