

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variable intervening. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan produk Antangin di kota Semarang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Kriteria responden dalam penelitian ini minimal berusia 17 tahun, dan mengonsumsi Antangin maksimal satu bulan yang lalu. Data penelitian diperoleh dari 250 responden dengan melakukan penyebaran kuesioner.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2) citra merek berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas konsumen, (3) kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen, (4) kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, (5) kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : citra merek, kualitas produk, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.