

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi karena terdapat penurunan pada kepuasan pelanggan air mineral Club yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan air mineral Club. Dengan adanya masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan air mineral Club di Semarang dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden pelanggan air mineral Club. Data diolah dengan menggunakan bantuan software SPSS 23, dan analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dan uji sobel untuk menguji efek mediasi dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil  $Y1 = 0,331 X1 + 0,463 X2$ , serta citra merek, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil  $Y2 = 0,206 X1 + 0,318 X2 + 0,311Y1$ . Hasil uji sobel menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Begitupula dengan variabel citra merek memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan nilai t hitung lebih tinggi dibandingkan t tabel.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan