

ABSTRAK

Loyalitas konsumen dapat menjamin keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Pada dasarnya loyalitas adalah keputusan konsumen untuk secara suka rela, terus menerus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Loyalitas akan berlanjut selama merasakan dan dapat menerima nilai yang lebih baik, namun tingkat loyalitas konsumen pun dipengaruhi oleh faktor dari kepuasan konsumen itu sendiri, semakin tinggi kepuasan konsumen maka dapat meningkatkan pula tingkat loyalitas konsumen. Berdasarkan dengan hasil prasuvey yang telah dilakukan ditemukan permasalahan bahwa loyalitas dan kepuasan konsumen memiliki tingkat yang rendah. Kepuasan konsumen sendiri dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang dimana berdasarkan hasil prasuvey pula ditemukan temuan bahwa variabel keragaman produk, kualitas produk, dan citra merek menjadi variabel yang memiliki kondisi yang kurang baik.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling menggunakan *non probability sampling*, dengan cara *accidental sampling*. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis jalur. Hasil dari penelitian berdasarkan analisis jalur I menunjukkan bahwa Kualitas Produk, dan Citra Merek secara simultan maupun parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan tingkat kontribusi pengaruh sebesar 52,6%, selain itu berdasarkan analisis jalur II yang digunakan bahwa Kepuasan Konsumen berpengaruh dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen dengan pengaruh sebesar 85% yang dimana dapat diartikan bahwa Kepuasan Konsumen dapat memediasi pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen.

Kata Kunci : Keragaman Produk, Kualitas Produk Citra Merek, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Consumer loyalty can guarantee the survival of the company in the long run. Basically, loyalty is a consumer's decision to voluntarily, continuously subscribe to a certain company for a long time. Loyalty will continue as long as you feel and can receive a better value, but the level of consumer loyalty is also influenced by the factors of customer satisfaction, the higher the customer satisfaction, the higher the level of customer loyalty. Based on the results of the pre-survey that has been conducted, it is found that the problem of customer loyalty and satisfaction has a low level. Consumer satisfaction itself is influenced by the marketing mix which is based on the results of the pre-survey also found that the variables of product diversity, product quality, and brand image are variables that have unfavorable conditions.

This research uses descriptive and verification methods. The sampling technique uses non probability sampling, by means of accidental sampling. The data analysis used is path analysis. The results of the research based on path I analysis show that product quality and brand image simultaneously and partially have an effect on and significant towards consumer satisfaction with a contribution level of influence of 52.6%. Consumer loyalty with an effect of 85%, which means that Customer Satisfaction can mediate the effect of Product Diversity, Product Quality, and Brand Image on Consumer Loyalty.

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