

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Setting pada penelitian ini adalah minuman bersoda dalam kemasan Coca-Cola. Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif, dimana jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan metode kuesioner. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang telah berusia diatas 15 tahun dan telah melakukan pembelian minuman bersoda dalam kemasan Coca-Cola di Yogyakarta dalam 2 bulan terakhir. Jumlah sampel sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, dengan metode *purposive sampling*. Dalam pengujian instrumen pada penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas sedangkan analisis pada penelitian ini menggunakan analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen serta citra merek dan kualitas produk berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening.

Kata kunci : citra merek, kualitas konsumen, keputusan pembelian dan loyalitas konsumen

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image and product quality to consumer loyalty with purchase decision as intervening variable. Setting in this research is carbonated drinks in Coca-Cola packaging. This research is a type of quantitative research, where the type of data used is primary data. Data collection techniques in this study by questionnaire method. The sample of this study is consumers who have aged over 15 years and have made purchases of soft drinks in packaging Coca-Cola in Yogyakarta in the last 2 months. The number of sample samples in this study were as many as 100 respondents.

Sampling technique used is non probability sampling, with purposive sampling method. In testing the instrument in this study using the validity test, reliability test while the analysis in this study using path analysis.

The results showed that brand image and product quality have positive and significant effect to consumer loyalty and brand image and product quality indirectly influence loyalty with purchasing decision as intervening variable.

Keywords: brand image, consumer quality, purchasing decision and consumer loyalty