

**PENGARUH IDENTITAS MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN
KONSUMEN**

(Survei Pada Konsumen Kamera GoPro di Kabupaten Sleman, Yogyakarta)

YORDAN HERMAWAN APIDANA

NPM : 141100270

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi & Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

apidanayordan@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis: 1) Pengaruh positif dan signifikan identitas merek terhadap kepuasan konsumen, 2) Pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, 3) Pengaruh positif dan signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, 4) Pengaruh positif dan signifikan identitas merek terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, 5) Pengaruh positif dan signifikan identitas merek terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kamera GoPro di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Dari populasi ini akan ditarik sampel yang digunakan dalam penelitian sebagai responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 sampel. Metode analisis yang digunakan oleh penulis adalah analisis *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :

- 1) Identitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen,
- 2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen,
- 3) Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen,
- 4) Identitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi,
- 5) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci : Identitas Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen.