

## ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen yang berdampak pada loyalitas konsumen Kober Mie Setan Cab. Semolowaru Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif yaitu, penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesa, dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Sample pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung atau membeli di Kober Mie Setan Cab. Semolowaru. Sample yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 96 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Non probability Sampling* yaitu teknik *insidental Sampling*. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis jalur (*Path Analysis*) dengan software SPSS 21.0. setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan, maka diperoleh hasil citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

**Keywords : Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen**

## ABSTRACT

*This study was intended to determine the effect of brand image and product quality on consumer satisfaction which has an impact on customer loyalty Kober Mie Setan Cab. Semolowaru Surabaya. This research was conducted with a quantitative approach that is, research that focused on testing hypotheses, with statistical method analysis tools and generating conclusions that can be generalized. The sample in this study are consumers who have visited or bought at Kober Mie Setan Cab. Semolowaru. The sample used in this study is as many as 96 respondents with a sampling technique using Non-probability Sampling, namely the Incidental Sampling technique. The test equipment used was a path analysis technique (Path Analysis) with SPSS 21.0 software. after testing the proposed hypothesis, the results of brand image have an effect on customer satisfaction, product quality has an effect on customer satisfaction, brand image has an effect on customer loyalty, product quality has an effect on customer loyalty, customer satisfaction has an effect on customer loyalty, brand image has no effect on customer loyalty through customer satisfaction, and product quality does not effect customer loyalty through customer satisfaction.*

**Keywords: Brand Image, Product Quality, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty**