

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan Takoyaki-08 di Sidoarjo”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung Komunikasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dan pengaruh tidak langsung Komunikasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel *Intevening*. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan sampel 42 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah *Path Analysis* atau analisa jalur dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 21.0. Hasil penelitian dengan menggunakan analisa jalur menunjukkan Komunikasi Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan kontribusi sebesar 70.5 %, Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan kontribusi sebesar 26.3 %. Komunikasi Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan kontribusi sebesar 32.4 %, Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan kontribusi sebesar 23.6 %. Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan kontribusi sebesar 41.9 %. Komunikasi Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening dengan pengaruh total sebesar 29.53 %, Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening dengan pengaruh total sebesar 11.01 %.

***Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan***

## **ABSTRACT**

*This research was titled "The Effect of Marketing Communication and Product Quality on Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty at Takoyaki-08 in Sidoarjo". The purpose of this research was to study the direct effect of Marketing Communication and Product Quality on Customer Loyalty and the indirect effect of Marketing Communication and Product Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as an Intervening variable. This study uses primary data sources obtained from distributing questionnaires to respondents. This research is a type of quantitative research with a sample of 42 respondents. The data analysis method used is Path Analysis using SPSS version 21.0 software. The results of the study using path analysis showed Marketing Communication had a significant effect on Customer Satisfaction with a contribution of 70.5%, Product Quality had a significant effect on Customer Satisfaction with a contribution of 26.3%. Marketing Communication has a significant effect on Customer Loyalty with a contribution of 32.4%, Product Quality has a significant effect on Customer Loyalty with a contribution of 23.6%. Customer Satisfaction has a significant effect on Customer Loyalty with a contribution of 41.9%. Marketing Communication has a significant effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as an intervening variable with a total influence of 29.53%, Product Quality has a significant effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as an intervening variable with a total influence of 11.01%.*

**Keywords: Marketing Communication, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty**