

## ABSTRAK

**Nama : Fahmi Rizky Sulaeman**

**Program Studi : Manajemen**

**Judul : Pengaruh Brand Image Kualitas Produk Dan Kepuasan  
Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Bakso Titoti Cabang  
Rawabuntu di Kota Tangerang Selatan**

**Pembimbing : Edward S. Tampubolon ST, MM**

Dunia pemasaran saat ini dalam kondisi persaingan yang semakin ketat dengan berbagai macam produk yang ditawarkan di pasar yang memiliki kualitas dan inovasi yang beragam. Perusahaan dituntut untuk tetap eksis agar dapat bertahan dalam bisnisnya tersebut, maka perusahaan melakukan cara seperti melakukan berbagai inovasi baru dan mengembangkan perusahaan untuk memperoleh laba optimal serta dapat memperkuat citra merek dalam menghadapi persaingan. Brand image sebagai variabel yang mempengaruhi atau variabel bebas (X1). Kualitas produk sebagai variabel yang mempengaruhi atau variabel bebas (X2). Kepuasan konsumen sebagai variabel yang mempengaruhi atau variabel bebas (X3). Loyalitas pelanggan Bakso Titoti Rawabuntu sebagai variabel yang dipengaruhi atau variabel terikat (Y). variabel Brand Image (X1) memberikan nilai sumbangan efektif sebesar 75,3%, variabel Kualitas Produk memberikan nilai sumbangan efektif sebesar 70,4%, dan variabel Kepuasan Konsumen memberikan nilai sumbangan efektif sebesar 80,7%. Brand Image memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bakso Titoti Cabang Rawabuntu di Kota Tangerang Selatan. Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bakso Titoti Cabang Rawabuntu di Kota Tangerang Selatan. Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan Bakso Titoti Cabang Rawabuntu di Kota Tangerang Selatan. Brand Image, Kualitas Produk, dan Kepuasan konsumen secara simultan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Bakso Titoti Cabang Rawabuntu di Kota Tangerang Selatan.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan

## ABSTRACT

*The marketing world is currently in a state of increasingly fierce competition with a variety of products offered in the market that have various qualities and innovations. Companies are required to exist in order to survive in their business, so companies do ways such as making various new innovations and developing companies to obtain optimal profits and can strengthen brand image in the face of competition. Brand image as an influencing variable or independent variable (X1). Product quality as an influencing variable or independent variable (X2). Customer satisfaction as an influencing variable or independent variable (X3). Bakso Titoti Rawabuntu customer loyalty as the affected variable or dependent variable (Y). The Brand Image variable (X1) provides an effective contribution value of 75.3%, the Product Quality variable provides an effective contribution value of 70.4%, and the Consumer Satisfaction variable provides an effective contribution value of 80.7%. Brand Image has a significant influence on the loyalty of Bakso Titoti Rawabuntu Branch customers in South Tangerang City. Product quality has a significant influence on the loyalty of Bakso Titoti Rawabuntu Branch customers in South Tangerang City. Consumer satisfaction has a significant influence on the loyalty of Bakso Titoti Rawabuntu Branch customers in South Tangerang City. Brand Image, Product Quality, and Customer satisfaction simultaneously have an influence on the loyalty of Bakso Titoti Rawabuntu Branch customers in South Tangerang City.*

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