

## ABSTRAK

CV. Konveksi Cahaya 79 adalah suatu perusahaan keluarga yang bergerak dalam bidang produksi khususnya produksi pakaian seragam latihan kebugaran yang berupaya untuk menyediakan segala kebutuhan dan keinginan Konsumen dalam hal kualitas produk yang diberikan untuk dapat memberikan rasa puas bagi Konsumen. Namun, pada implementasinya Konsumen CV. Konveksi Cahaya 79 merasakan dan menemukan kualitas produk yang kurang baik yang diberikan oleh penyedia jasa. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan Konsumen dalam membentuk pada loyalitas Konsumen.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X) sebagai variabel bebas, kepuasan Konsumen (Y) sebagai variabel perantara, dan loyalitas Konsumen (Z) sebagai variabel terikat. Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel dengan teknik *non probability sampling* dan teknik *incidental sampling* untuk menyebarkan kuisioner kepada 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur dan digunakan untuk menganalisis data serta menguji hipotesis yang diajukan.

Dari hasil analisis deskriptif ditemukan bahwa tanggapan responden terhadap kualitas produk secara keseluruhan dalam kategori baik dengan persentase sebesar 73,45%. Untuk kepuasan Konsumen dalam kategori baik dengan persentase sebesar 70,24%, dan loyalitas Konsumen dalam kategori baik dengan persentase sebesar 78,4%.

Hasil analisis jalur menunjukkan terdapat pengaruh kualitas produk (X) terhadap kepuasan Konsumen (Y) adalah 95,84% dan sisanya sebesar 4,16% dipengaruhi oleh variabel lain. Besarnya kontribusi kualitas produk (X) dan Loyalitas Konsumen (Y) berpengaruh secara simultan yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen (Z) secara tidak langsung adalah  $-0,1345 = -0,1345\%$  dan sisanya sebesar  $(1,065)^2 = 113,4\%$ . Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen secara langsung adalah 87,98% dan sebesar 12,02% dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen.**