

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas persepsian produk terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen produk Eiger Adventure di Yogyakarta. Objek dari penelitian ini menggunakan Eiger Adventure di Yogyakarta. Sampel diseleksi menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel yaitu 200. Penelitian ini menggunakan alat analisis SEM dengan AMOS 22. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas persepsian produk positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, citra merek dan kualitas persepsian produk positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: citra merek, kualitas persepsian produk, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of brand image, perceived quality of products on customer satisfaction and customer loyalty of Eiger Adventure products in Yogyakarta. The object of this study uses Eiger Adventure in Yogyakarta. Samples were selected using purposive sampling method with a sample number of 200. This study used SEM analysis tools with AMOS 22. The results of this study indicate that brand image and product quality are positive and significant towards customer satisfaction, brand image and positive and significant product perceived quality towards consumer loyalty and positive and significant customer satisfaction towards consumer loyalty*

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