

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang *Product Design* dan *Service Quality* sebagai pendorong *Customer Satisfaction* serta dampaknya terhadap *Behavior Intention*: Studi Pada Mitsubishi Pajero. Dengan analisis kuantitatif melalui kuesioner, sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode pendekatan purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 150 responden. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh positif *Aesthetic* dan *Symbolism* pada *Product Design* terhadap *Customer Satisfaction* tidak terbukti pada penelitian ini. Sedangkan untuk *Product Quality Performance* pada *Product Design* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* terbukti memiliki pengaruh positif pada penelitian ini. Begitupun juga dengan *Customer Satisfaction* terbukti memiliki pengaruh positif terhadap *Repurchase Intention* dan *Word of Mouth*.

Kata kunci: *Product Design*, *Service Quality*, *Customer Satisfaction*, *Behavior Intention*, *Structural Equation Modeling*, *Aesthetic*, *Symbolism*, *Product Quality Performance*, *Repurchase Intention*, *Word of Mouth*.