

ABSTRAK

Intan Aulia Wulandari, NIM 3402220006. “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen (Suatu Studi pada Konsumen CV Syafa Water Desa Panyingkiran)”. Dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Enas, S.E., M.M, (Pembimbing 1) dan Ibu Dr. Marlina Nur Lestari, S.E., M.M, (Pembimbing II)

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen (Suatu Studi Pada Konsumen CV Syafa Water Desa Panyingkiran). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen, bagaimana pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen, serta bagaimana pengaruh kualitas produk dan citra merek secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada CV Syafa Water Desa Panyingkiran. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas konsumen pada CV Syafa Water Desa Panyingkiran.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif dan analisis data deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, studi kepustakaan, dan penyebaran kuesioner kepada 85 responden yang terpilih melalui teknik *simple random sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan tingkat hubungan sedang ($r = 0,560$ dan $t_{hitung} 6,152 > t_{tabel} 1,663$). Citra merek juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan tingkat hubungan kuat ($r = 0,619$ dan $t_{hitung} 7,180 > t_{tabel} 1,663$). Secara simultan (bersama-sama), kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen ($F_{hitung} 26,920 > F_{tabel} 2,35$). Besarnya pengaruh gabungan kedua variabel tersebut adalah 39,7%, sedangkan sisanya sebesar 60,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini seperti harga, ketersediaan produk, dan kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, dan Loyalitas Konsumen