

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas konsumen yang terjadi pada pengguna pasta gigi Pepsodent di Surabaya dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif yang menitik beratkan hipotesanya dengan analisis statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat dijelaskan secara general. Sampel pada penelitian ini berjumlah 105 responden yang berasal dari pengguna pasta gigi Pepsodent di Surabaya. Teknik sampling yang dilakukan menggunakan non probability sampling dengan menggunakan purposive sampling yang menggunakan metode regresi linear berganda dibantu dengan media IBM SPSS Statistics 26. Dalam penelitian ini diperoleh nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,345, dan variabel citra merek 0,740. Penelitian ini juga melakukan uji F dengan nilai bahwa $F_{hitung} > F_{tabel} = 134,369 > 3,09$ dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis yang dikemukakan dinyatakan diterima dan signifikan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen pasta gigi pepsodent di Surabaya. Dan Uji T dengan hasil kualitas produk dengan nilai $t_{hitung} 2,506 > t_{tabel} 0,1918$, citra merek $t_{hitung} 5,667 > 0,1918$ yang mana semua variabel berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen secara parsial atau sendiri-sendiri. Pada uji yang telah dilakukan, penelitian ini menemukan hasil bahwa variabel yang berperan paling dominan adalah variabel citra merek dengan nilai beta standardized lebih besar dari variabel yang lain yaitu 0,607.

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

ABSTRACT

The purpose of this research was conducted with the aim to determine the influence of product quality and brand image on consumer loyalty that occurs in pepsodent toothpaste users in Surabaya by using quantitative approach methods that emphasize their hypothesis with statistical analysis and produce conclusions that can be explained in general. The sample in this study amounted to 105 respondents from Pepsodent toothpaste users in Surabaya. Sampling techniques performed using non probability sampling using purposive sampling using multiple linear regression methods assisted by IBM SPSS Statistics 26 media. In this study obtained the value of product quality variable regression coefficient of 0.345, and brand image variable 0.740. The study also conducted an F test with the value that $F_{hitung} > F_{tabel} = 134,369 > 3.09$ with a significance value of 0.000 smaller than 0.05. So the hypothesis stated is accepted and significantly affects simultaneously on the loyalty of consumers pepsodent toothpaste in Surabaya. And test T with product quality results with a value of $t_{hitung} 2,506 > t_{tabel} 0,1918$, t_{hitung} brand image $5,667 > 0,1918$ which all variables have a significant impact on consumer loyalty partially or individually. In the tests that have been conducted, this study found that the variable that plays the most dominant role is the brand image variable with a standardized beta value greater than the other variable of 0.607.

Keywords: Product Quality, Brand Image, and Consumer Loyalty