



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK ELEKTRONIK MEREK LG (PADA MASYARAKAT DESA PARIT KEBUMEN KECAMATAN RUPAT)**

Oleh :

**NURJANAH**  
**NIM. 11471205350**

*Penelitian ini dilakukan pada pengguna produk elektronik merek LG (TV, kulkas, mesin cuci) di Desa Parit Kebumen Kecamatan Rupa. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk elektronik merek LG pada masyarakat Desa Parit Kebumen Kecamatan Rupa. Sedangkan untuk pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling dengan purposive sampling yaitu pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu sebagai pengguna produk elektronik merek LG, Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 60 responden, Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode regresi linear berganda. Berdasarkan hasil uji secara simultan diketahui variabel Kualitas Produk dan Iklan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk elektronik merek LG pada masyarakat Desa Parit Kebumen Kecamatan Rupa. Kemudian uji secara parsial, diketahui bahwa variabel Kualitas Produk dan Iklan masing-masing mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk elektronik merek LG pada masyarakat Desa Parit Kebumen Kecamatan Rupa. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Kualitas Produk dan Iklan memberikan kontribusi terhadap peningkatan Loyalitas Pelanggan sebesar 53% sedangkan sisanya sebesar 47% dipengaruhi variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.*

**Kata Kunci : Loyalitas Pelanggan, Kualitas Produk, dan Iklan**