UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK BERAS SOLOK DI KOTA BATUSANGKAR

(Studi Kasus Pada UD Makmur, Pasar RabuKec.Sungai Tarab)

BUDI MULYA
11371105192

Penelitian ini dilakukan di UD Makmur Pasar Rabu , ukuran sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling.Data yang dikumpulkan diolah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian yang telah dillaksanakan $Y = 8{,}065 + 0{,}675X_1 + 0{,}879X_2 + e$. *Hasil penelitian menunjukkan setiap variabel yang diuji telah valid dan reliabel, serta telah layak secara model menurut uji asumsi klasik sehingga penelitian dapat dilakukan. Kedua variabel bebas (Kualitas Produk dan Citra Merek) berpengaruh positif dan signifikan pada Loyalitas pelanggan produk beras solok di Kota Batusangkar. Berdasarkan hasil penelitian maka disarankan agar pihak manajemen meningkatkan kualitas produk beras solok, karena akan mempengaruhi Loyalitas pelanggan beras solok. Penelitian ini dilakukan untuk menilai perilaku konsumen terhadap loyalitasnya dalam menkonsumsi sebuah produk yang dipengaruhi oleh Kualitas Produk dan Citra Merek. Nilai . F hitung sebesar 57,295 dengan signifikansi 0,000. F tabel dapat diperoleh dari F tabel statistik sebesar 2,70. Dengan demikian diketahui F hitung (57,295) > F tabel (2,70) dengan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya kualitas produk, dan citra merek memiliki pengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan bareh Solok pada UD. Makmur. Nilai R Square sebesar 0,542 atau 54,2% berarti kualitas produk, dan citra merek dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan bareh Solok di UD. Makmur sebesar 54,2% dan sisanya 45,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.*

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Loyalitas Konsumen