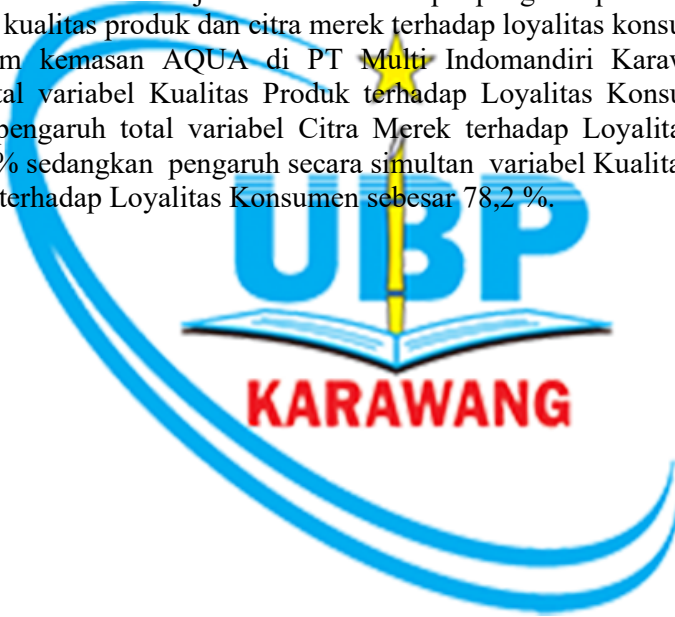


ABSTRAK

Fita Anggiani. 15416261201085. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen pada Air Minum Dalam Kemasan AQUA (survei pada karyawan PT Multi Indomandiri Karawang). Dibawah bimbingan Hj. Netti Nurlenawati, Ir., M.M dan Flora Patricia Anggela, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas konsumen air minum dalam kemasan AQUA (survei pada karyawan PT Multi Indomandiri Karawang). Waktu penelitian dari Februari 2019 sampai Juli 2019. Penelitian ini merupakan analisis deskriptif kuantitatif , teknik sampling menggunakan stratified random sampling sedangkan analisis data menggunakan analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh parsial dan simultan dari variabel kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas konsumen pada air minum dalam kemasan AQUA di PT Multi Indomandiri Karawang dengan pengaruh total variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 27,8% dan pengaruh total variabel Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 50,4% sedangkan pengaruh secara simultan variabel Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 78,2 %.



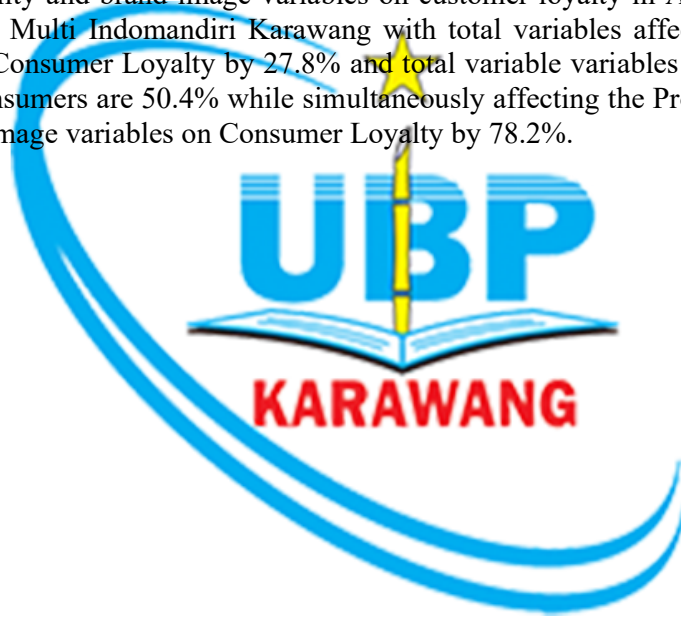
Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Fita Anggiani. 15416261201085. Effect of Product Quality and Brand Image on AQUA mineral water consumer loyalty (a survey of PT Multi Indomandiri Karawang employees). Under the guidance of Hj. Netti Nurlenawati, Ir., M.M and Flora Patricia Anggela, S.E., M.M.

This study aims to determine and analyze the effect of product quality and brand image on AQUA mineral water consumer loyalty (survey of PT Multi Indomandiri Karawang employees). The time of the study is from February 2019 to July 2019. This research is a quantitative descriptive analysis, the sampling technique uses stratified random sampling while the data analysis uses path analysis.

The results showed that there was a partial and simultaneous influence of product quality and brand image variables on customer loyalty in AQUA bottled water at PT Multi Indomandiri Karawang with total variables affecting Product Quality on Consumer Loyalty by 27.8% and total variable variables Brand Image Loyalty Consumers are 50.4% while simultaneously affecting the Product Quality and Brand Image variables on Consumer Loyalty by 78.2%.



Keywords: Product Quality, Brand Image, Consumer Loyalty