

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN BRAND ATTITUDE
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KOPI CAP KUDA KOTA METRO
(Studi pada Konsumen Kopi Cap Kuda di Kota Metro)**

Noval Galang Reza¹, Suryadi², Sri Retnaning Rahayu³

¹Universitas Muhammadiyah Metro Lampung

^{2,3}Universitas Muhammadiyah Metro Lampung

e-mail: novalgalangreza@gmail.com

ABSTRAK

Persaingan bisnis di dunia usaha mendorong perusahaan untuk menjadi pemenang dalam persaingan bisnisnya. Berdasarkan kondisi tersebut, maka diperlukan konsumen yang loyal. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen diantaranya yaitu kualitas produk, *brand image* dan *brand attitude* dari produk yang dipasarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, brand image dan brand attitude terhadap loyalitas konsumen. Desain penelitian adalah penelitian kuantitatif atau penelitian verifikatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode explanatory survey. Objek dalam penelitian ini adalah labelisasi halal, citra merk terhadap keputusan pembelian. Populasi penelitian adalah konsumen Kopi Cap Kuda sebanyak 76 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Alat analisis yang digunakan adalah menggunakan analisa kualitas data dan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan secara partial kualitas produk, brand image dan brand attitude terhadap loyalitas konsumen. Secara simultan juga menunjukkan bahwa kualitas produk, brand image dan brand attitude secara simultan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan angka coefisiensi dan nilai thitung maka dapat diketahui bahwa faktor yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen adalah kualitas produk.

Kata kunci: *Kualitas Produk, Brand Image, Brand Attitude, Loyalitas Konsumen.*

ABSTRACT

Indonesia has opportunities in the development of the coffee processing industry, because in addition to having a large market. Therefore, strategic efforts are needed to increase loyal customers. The factors that influence consumer loyalty include product quality, brand image and brand attitude of the products being marketed. The purpose of this study was to determine the effect of product quality, brand image and brand attitude on consumer loyalty of Kuda's Metro City coffee. The research design is quantitative research or verification research. The method used in this research is explanatory survey method. The object of this research is halal labeling, brand image on purchasing decisions. The study population was the consumers of Kuda's Coffee in Metro City with a total sample of 76 respondents. The data collection technique used a questionnaire. The analytical tool used is to use data quality analysis and multiple linear regression analysis with the SPSS program. The results showed partially product quality, brand image and brand attitude towards consumer loyalty. Simultaneously it also shows that product quality, brand image and brand attitude towards consumer loyalty simultaneously.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Brand Attitude, Consumer Loyalty*

PENDAHULUAN