

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Kasus Pada Konsumen *The Don's House* Di Kota Metro)**

Nia Rosita Wati¹, Ratmono², Fitriani³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhamadiyah Metro

Email: niarosita2000@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas produk dan *brand image* terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen *The Don's House* di Kota Metro. Pengumpulan data menggunakan instrumen berupa wawancara, kuesioner, dan riset kepustakaan. Hasil dari penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan merasa tertarik terhadap kualitas produk *The Don's House*. hasil pengujian hipotesis mengenai hubungan *brand image* dengan loyalitas pelanggan dengan hasil bawa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil pengujian hipotesis secara simultan mengenai hubungan kualitas produk dan *brand image* dengan loyalitas pelanggan dengan hasil bawa kualitas produk dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Brand Image*, Loyalitas Pelanggan.