ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK KAOS DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA *DISTRO AIRPLANE SYSTEM* JL. ACEH NO. 44 BANDUNG

OLEH : M. Ata Putra
PEMBIMBING : Dra. Rahma Wahdiniwaty, M.Si

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Distro *Airplane System* Jl. Aceh No. 44 Bandung. Fenomena yang terjadi adalah bisnis ritel atau eceran kini semakin berkembang seiring dengan berkembangnya dunia usaha. Permintaan akan produk kaos dikalangan anak muda semakin meningkat karena tidak sedikit pula yang menganggap kaos merupakan identitasnya. Masalah pada produk kaos *Airplane system* Bandung yaitu pada penampilan desain yang membuat pelanggan bosan. hal ini adanya indikasi kualitas produk kaos *Airplane system* belum optimal dinilai baik oleh pelanggan. Sedangkan pada citra merek sudah banyak dikenal oleh pelanggan terutama bagi kalangan muda. Dan loyalitas dari pelanggan belum tinggi karena masih banyak pelanggan yang berpindah-pindah ke Distro lain.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk kaos di *Distro Airplane System* yang berjumlah 6630 orang dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengujian statistik yang digunakan adalah perhitungan korelasi *pearson,* analisis regresi, korelasi, koefisien determinasi, uji hipotesis, dan juga menggunakan bantuan program aplikasi *SPSS 17.0 for windows.*

Hasil analisis menggunakan regresi linear berganda dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk kaos *Airplane System* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan di *Distro Airplane System* Jl. Aceh No. 44 Bandung. Kedua, variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di *Distro Airplane System* Jl. Aceh No. 44 Bandung. Hasil analisis menggunakan uji F dapat diketahui kualitas produk kaos, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di *Distro Airplane System* Jl. Aceh No. 44 Bandung. Hasil analisis menggunakan koefisien determinasi kualitas produk kaos dan citra merek secara simultan memberikan pengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan sedangkan sisanya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Kualitas Produk,Citra Merek,Loyalitas Pelanggan.