

## ABSTRAK

### **Aldi Saputra (1158020018), Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Sabun Mandi Cair Dettol (Studi Pada Mahasiswa Manajemen UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2016).**

Sabun mandi merupakan salah satu produk yang sudah menjadi kebutuhan pokok dalam kehidupan manusia sehari-hari. Ada beberapa pertimbangan yang mempengaruhi penggunaan sabun mandi, salah satunya yaitu harga, citra merek, dan kualitas produk.

Masalah pada penelitian ini yaitu kuatnya persaingan dalam perusahaan sejenis pada produk sabun mandi cair, adanya masalah kualitas produk pada sabun mandi cair, sulitnya mengukur tingkat loyalitas pelanggan pada produk sabun mandi cair, ketatnya strategi penetapan harga yang diterapkan oleh setiap perusahaan sabun mandi cair.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari harga, citra merek, kualitas produk terhadap loyalitas sabun mandi cair Dettol secara parsial dan simultan pada mahasiswa manajemen UIN Sunang Gunung Djati Bandung angkatan 2016.

Penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif deskriptif dan teknik pengambilan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling*, dan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin sehingga didapat jumlah sebanyak 77 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang di bagian langsung kepada mahasiswa manajemen angkatan 2016 UIN Sunan Gunung Djati Bandung, teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, statistik deskriptif, analisis korelasi, analisis regresi berganda, uji t statistik, uji f statistik, serta uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menggunakan *software* SPSS 24.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan  $t_{hitung}$  2.725 dengan tingkat signifikan 0.008. Variabel citra merek tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan  $t_{hitung}$  1.346 dengan tingkat signifikansi 0.183. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan  $t_{hitung}$  4.391 dengan tingkat signifikan 0.000. Dan secara simultan variabel harga, citra merek, kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan  $F_{hitung}$  24.529 dengan tingkat signifikansi 0.000. Berdasarkan koefisien determinasi didapatkan nilai 0.502 atau 50.2%.

**Kata Kunci:** Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Loyalitas Pelanggan