

ABSTRAK

Dede Zaenal Mukhlisin, 2017 : Pengaruh Harga dan Merek Terhadap Loyalitas Produk Specs (Studi pada konsumen di toko Barcelona Kosambi Bandung)

Penelitian ini di latar belakang oleh objek yang sama dalam penelitian mengenai harga dan merek. Objek tersebut merupakan salah satu item yang sangat penting dalam suatu perusahaan usaha. Perusahaan yang bergerak di bidang usaha notabenenya memerlukan sistem harga serta kekuatan merek demi memperlancar tujuan perusahaannya

Penelitian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari harga dan merek terhadap loyalitas, baik secara parsial maupun secara simultan. Pada toko Barcelona khususnya produk Specs. metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen toko Barcelona di kota Bandung dengan jumlah yang tak terhingga dan pengambilan sampel sebanyak 87 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan merek berpengaruh positif secara simultan dengan nilai $F_{hitung} 32,749 > F_{tabel} 3,10$. Dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Namun secara parsial variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas dengan nilai $t_{hitung} 0,761 < t_{tabel} 1,988$ dengan nilai signifikansi $0,449 > 0,05$, tetapi variabel merek berpengaruh positif secara signifikan dengan nilai $t_{hitung} 6,582 > t_{tabel} 1,988$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ terhadap loyalitas konsumen produk Specs di toko Barcelona Kosambi Bandung.

Kata Kunci : *Harga, Citra Merek, Loyalitas*


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG