

ABSTRAK

Mirna Andriani, 1178020138, Judul : Pengaruh Customer Bonding dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. (Studi Kasus pada Konsumen Eskrim AICE di Desa Bangai Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan Sumatera Utara).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : tanggapan masyarakat perumahan desa bangai mengenai customer bonding, kualitas produk, dan loyalitas konsumen terhadap Aice es krim, serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh customer bonding dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Aice es krim.

Metode penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif menggunakan pendekatan secara kuantitatif. Objek pada penelitian ini adalah kalangan masyarakat perumahan Desa Bangai yang pernah mengkonsumsi Aice es krim dengan total jumlah 100 responden. Data yang dihasilkan pada penelitian ini adalah tanggapan-tanggapan konsumen yang telah ditetapkan sebagai sampel dari kuisioner yang telah disebar. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Uji yang digunakan untuk menguji instrument penelitian adalah uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan untuk tehnik untuk analisis data digunakan uji regresi linear berganda dengan pengujian hipotesis menggunakan uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi . Untuk pengolahan data pada penelitian ini dibantu dengan software SPSS versi 22.

Hasil dari analisis regresi linear berganda diketahui bahwa customer bonding(X1) dan kualitas produk(X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen(Y). Hasil uji t pada customer bonding adalah dengan nilai thitung 2.728 > 1,998 ttabel, dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa (H1) dapat diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari customer bonding terhadap loyalitas konsumen. Hasil uji t pada kualitas produk adalah dengan nilai thitung 6.045 > 1,998 ttabel, dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa (H2) dapat diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Hasil uji f pada customer bonding dan kualitas produk adalah dengan nilai fhitung 80.074 > 3.09 ftabel, dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa customer bonding dan kualitas produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loalitas konsumen. Hasil dari koefisien determinasi adalah 0.623, artinya 62.3% loyalitas konsumen dipengaruhi oleh customer bonding dan kualitas produk sedangkan sisanya sebesar 37.% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Customer Bonding, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen