ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Umkm Tahu Takwa Gtt Di Desa Toyoresmi Kabupaten Kediri

(Studi Kasus: Konsumen UMKM Tahu Takwa GTT Desa Toyoresmi)

Riski Akbar Pangestu

Email: riskiakbarpangestu12@gmail.com

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing 1 : Dr. Enni Sustiyatik, MM.

Dosen Pembimbing 2 : Dr. Yogi Yunanto, S.Kep, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada UMKM Tahu Takwa GTT di Desa Toyoresmi, Kabupaten Kediri. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Populasi penelitian adalah konsumen yang pernah membeli produk Tahu Takwa GTT, sedangkan sampel berjumlah 98 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Secara simultan, citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa peningkatan citra merek dan kualitas produk mampu meningkatkan loyalitas konsumen pada UMKM Tahu Takwa GTT di Desa Toyoresmi, Kabupaten Kediri. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu mempertahankan kualitas produk serta terus membangun citra merek yang positif agar loyalitas konsumen semakin meningkat.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

The Influence Of Brand Image And Product Quality On Consumer Loyalty At Tahu Takwa GTT Msmes In Toyoresmi Village, Kediri Regency

Riski Akbar Pangestu

Email: riskiakbarpangestu12@gmail.com

Management Study Program

Faculty Of Economics and Business, Kadiri University

Advisors 1 : Dr. Enni Sustiyatik, MM.

Advisors 2 : Dr. Yogi Yunanto, S.Kep, MM.

This study aims to analyze the influence of brand image and product quality on consumer loyalty at Tahu Takwa GTT MSMEs in Toyoresmi Village, Kediri Regency. The study used a quantitative approach with a causal associative research type. The study population was consumers who had purchased Tahu Takwa GTT products, while the sample consisted of 98 respondents determined using the Lemeshow formula with a purposive sampling technique. Data collection was carried out through distributing questionnaires, then analyzed using validity tests, reliability tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and coefficients of determination (R^2). The results of the study showed that brand image partially had a positive and significant effect on consumer loyalty. Product quality also had a positive and significant effect on consumer loyalty. Simultaneously, brand image and product quality had a positive and significant effect on consumer loyalty. Based on the results of the study, it can be concluded that improving brand image and product quality can increase consumer loyalty at Tahu Takwa GTT MSMEs in Toyoresmi Village, Kediri Regency. Therefore, MSMEs need to maintain product quality and continue to build a positive brand image to increase consumer loyalty.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Consumer Loyalty*