

ABSTRAK

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA BRAND IMAGE, HARGA, DAN PRODUCT FEATURE DENGAN LOYALITAS KONSUMEN STUDI KASUS PADA T-shirt Merek DADUNG PT MONDRIAN KLATEN

Tujuan penelitian ini adalah pertama, untuk mengetahui atribut apa yang paling menentukan tingkat loyalitas konsumen terhadap T-shirt Merek DADUNG, kedua, tingkat kelayakan konsumen terhadap T-shirt Merek DADUNG, ketiga, untuk mengetahui adakah hubungan antara *brand image*, *harga* dan *product feature* dengan loyalitas konsumen pada T-shirt Merek DADUNG.

Dalam penelitian ini perumusan masalah yang dikemukakan adalah sebagai berikut : pertama, Atribut apa yang paling menentukan bagi konsumen untuk membeli T-shirt Merek DADUNG, kedua, Bagaimanakah tingkat loyalitas konsumen terhadap T-shirt Merek DADUNG, ketiga, Adakah hubungan antara *brand image*, *harga*, dan *product feature* dengan loyalitas konsumen.

Teknik analisis data yang digunakan untuk dapat menyelesaikan permasalahan diatas yaitu : dengan uji statistik deskriptif dan korelasi produk moment, hasil pengujian deskriptif digunakan untuk mendapatkan gambaran tentang tanggapan konsumen terhadap atribut *brand image*, *harga*, dan *product feature*, sekaligus menemukan atribut yang paling menentukan (diberi tanggapan paling baik). Pengujian deskriptif juga untuk mendapatkan gambaran tingkat loyalitas konsumen terhadap T-shirt Merek DADUNG. Sedangkan hasil pengujian korelasi produk moment digunakan untuk menjelaskan hubungan antara *brand image*, *harga*, dan *product feature* dengan loyalitas.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa diantara atribut *Brand Image* (dengan nilai rata-rata 12.55), *harga* (dengan nilai rata-rata 11.12) dan *product feature* (dengan nilai rata-rata 11.61), yang paling menentukan loyalitas konsumen terhadap T-shirt Merek DADUNG adalah *Brand Image* (dengan nilai rata-rata 12.55). Konsumen T-shirt di Klaten loyal dengan T-shirt Merek DADUNG karena diakui bahwa Merek DADUNG menarik, mudah diucapkan, memiliki ciri khusus dan konsumen rela menysihkan pendapatannya untuk membeli kembali T-shirt Merek DADUNG. Hal ini terbukti dengan rata-rata yang di dapat 86 % (hasil pengujian kuesioner) masuk dalam tingkat loyal. Terdapat hubungan yang positif antara *Brand Image*, *Harga*, dan *Product Feature* dengan Loyalitas.

ABSTRACT
**AN ANALYSIS OF RELATIONSHIP BETWEEN OF BRAND IMAGE,
PRICE, AND PRODUCT FEATURE BY LOYALITAS CONSUMER
A CASE STUDY AT T-Shirt of Brand DADUNG
PT MONDRIAN KLATEN**

This Research target is first, to know the attribute of what most determining of storey;level of loyalitas consumer to T-Shirt of Brand DADUNG, second, mount the keloalalan consumer to T-Shirt of Brand DADUNG, third, to know is there any relation between brand image, price and product feature by loyalitas is consumer at T-Shirt of Brand DADUNG

In this research is problem formulation opened shall be as follows : first, Attribute of what most determining for consumer to buy the T-Shirt of Brand DADUNG, second, What will be storey;level of loyalitas consumer to T-Shirt of Brand DADUNG, third, Is there any relation between brand image, price, and product feature by loyalitas is consumer

Technique analyse the data used to can to finish the above problems that is : with the descriptive test stastistik and correlation of product moment, result of used descriptive examination to get the picture of about consumer response to attribute of brand image, price, and product feature, at one blow find the most determining attribute (given by the of best response). Descriptive examination also to get the picture mount the loyalitas consumer to T-Shirt of Brand DADUNG. While result of examination of correlation of product moment used to explain the relation between brand image, price, and product feature by loyalitas.

Result from this research indicate that among attribute of Brand Image (with the average value 12.55), price (with the average value 11.12) and product feature (with the average value 11.61), what most determining of loyalitas consumer to T-Shirt of Brand DADUNG [is] Brand Image (with the average value 12.55). Consumer T-Shirt in Klaten loyal by T-Shirt Brand DADUNG because confessed by that Brand DADUNG draw, is easy to said, special memilikki characteristic and consumer ready to cast aside its earnings to buy to return the T-Shirt of Brand DADUNG. This Matter [is] proven with the mean which is [in] earning 86 % (result of examination kuesioner) incoming in storey;level loyal. There are [relation/link] which are positive [among/between] Brand Image, Price, and Product Feature by Loyalitas.