

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SHAMPO PANTENE

Fransiska Matildes Leto
192214075
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek secara simultan pada loyalitas konsumen shampo merek “Pantene” (2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek secara parsial terhadap loyalitas konsumen shampo merek “Pantene”. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner tentang pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek pada 110 responden. Pada penelitian ini peneliti menggunakan IBM SPSS *version 23*. Teknik pengujian instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji analisis data (analisis deskriptif dan deskriptif variabel), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolineritas dan uji heteroskedastisitas), uji analisis regresi linear berganda, uji F, uji parsial (t), atau uji determinan (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek secara simultan pada loyalitas konsumen shampo merek “Pantene” pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma (2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek secara parsial terhadap loyalitas konsumen shampo merek “Pantene”

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND BRANDIMAGE
ON CONSUMER LOYALTY OF PANTENE SHAMPO**

Fransiska Matildes Leto
192214075
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2024

This research aims to determine: (1) To determine the influence of product quality, price and brand image simultaneously on consumer loyalty for the "Pantene" brand shampoo (2) To determine the influence of product quality, price and brand image partially on consumer loyalty of shampoo brand "Pantene". The sampling technique used in this research was Accidental Sampling. The data obtained in this research was by distributing questionnaires regarding the influence of product quality, price and brand image to 110 respondents. In this study, researchers used IBM SPSS version 23. Instrument testing techniques (validity test and reliability test), data analysis test (descriptive analysis and descriptive variables), classical assumption test (normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test), linear regression analysis test multiple tests, F test, partial test (t), or determinant test (R²). The results of this research show that: (1) To determine the influence of product quality, price and brand image simultaneously on consumer loyalty for "Pantene" brand shampoo among Sanata Dharma University students (2) To determine the influence of product quality, price and brand image simultaneously partial to consumer loyalty of "Pantene" brand shampoo.

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