

ABSTRAK

Pada dasarnya citra merek memiliki keunggulan untuk bersaing dengan produk lain. Dalam memberikan pelayanan konsumen akan terlihat bagaimana cara memberikan pelayanan, cara menyapa, dan komunikasi terhadap konsumen. Sehingga akan terciptanya konsumen yang loyal. Penelitian ini bertujuan : (1) pengaruh produk terhadap loyalitas konsumen ; (2) pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen; (3) pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen; (4) pengaruh produk, citra merek, dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen. Maka dari itu penulis mengambil judul penelitian “Pengaruh Produk, Citra Merek, Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Aneka Jaya *Snack* Demak”. Penelitian ini dilakukan pada Rumah Produksi Aneka Jaya *Snack* Demak yang beralamat di Desa Karanganyar Rt 05/01 Jati Blerong Kabupaten Demak.

Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Aneka Jaya *Snack* Demak yang berjumlah 900 konsumen dan akan diambil sampel 104 berdasarkan perhitungan dengan rumus slovin. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif. Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data dikumpulkan dengan teknik penyebaran kuesioner. Sedangkan teknik analisis data menggunakan teknik statistik deskriptif, asumsi klasik, dan analisis linier berganda.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa asumsi klasik, uji normalitas dengan kolmogrov-smirov diperoleh nilai signifikan $0,200 > 0,05$ yang berarti data berdistribusi normal, uji multikolinieritas diperoleh nilai VIF dengan tolerance yang mendekati satu sehingga dapat dikatakan model regresi tidak ada masalah multikolinieritas, uji heterokedastisitas dengan metode glejser menyatakan tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Sedangkan berdasarkan uji analisis regresi linier berganda dari uji t diperoleh temuan secara persial produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen karena diperoleh nilai uji t 0,112 dengan nilai signifikansi $0,911 > 0,05$, citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen karena diperoleh nilai uji t 4,321 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sedangkan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan diperoleh nilai uji t 8,251 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dari hasil uji F secara bersama-sama ada pengaruh yang signifikan antara produk, citra merek, dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen dengan didapat nilai F hitung $>$ F tabel. Dari uji R-square diperoleh nilai 0,892 maka ini menunjukkan bahwa variabel bebas mampu menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel terikat.

Kata Kunci : Produk, Citra Merek, Kualitas Layanan, Loyalitas Konsumen.