

## **Abstrak**

Skripsi dengan judul “Pengaruh Atribut Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen Istana Roti Syariah Tulungagung” ini ditulis oleh Vivi Wulandari NIM.1742143299, pembimbing Dyah Pravitasari, S.E.,M.S.A.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan suatu produk yang dapat menarik minat konsumen dan menumbuhkan rasa loyal terhadap produk tersebut. Perkembangan produk dapat dilihat dari atribut produk yang ada dalam produk tersebut dan perkembangan citra merek produk tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh atribut produk dan citra merek terhadap loyalitas konsumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari konsumen Istana Roti Syari’ah, jenis data adalah primer.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis pendekatan asosiatif. Metode analisisnya menggunakan regresi berganda, uji yang digunakan adalah uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas data, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi, kemudian uji regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Hasil analisis regresi linear berganda dapat disimpulkan bahwa (1) atribut produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Istana Roti Syari’ah Tulungagung (2) citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Istana Roti Syariah Tulungagung (3) secara bersama-sama dengan tingkat signifikan  $\alpha$  5% menunjukkan bahwa atribut produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Istana Roti Syari’ah Tulungagung.

**Kata Kunci :** Atribut Produk, Citra Merek, Loyalitas Konsumen

## **Abstract**

This thesis entitled "The Influence of Product Attribute and Brand Image on Consumer Loyalty of Tulungagung Shariah Palace" was written by Vivi Wulandari NIM.1742143299, supervisor of Dyah Pravitasari, S.E., M.S.A.

This study is based on the development of a product that can attract consumer interest and foster a sense of loyalty to the product. Product development can be seen from the product attributes that exist in the product and the development of brand image of the product.

This study aims to examine the effect of product attributes and brand image on consumer loyalty. The data used in this study is data from consumers Palace Roti Syari'ah, the type of data is primary.

This research uses quantitative approach and type of associative approach. The method of analysis using multiple regression, the test used is a classical assumption test consisting of data normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and autocorrelation test, then multiple linear regression test and hypothesis test.

The result of multiple linear regression analysis can be concluded that (1) product attribute significantly influence to customer loyalty of Istana Roti Syari'ah Tulungagung (2) brand image have significant influence to customer loyalty of Tulungagung Shariah Palace (3) together with significant level  $\alpha$  5 % indicates that product attributes and brand image significantly influence consumer loyalty Shari'ah Palace Tulungagung.

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