

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah harga, citra merk, distribusi, dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas merk dan menganalisis faktor apa yang paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas merk.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna GT Radial di Jakarta. Sampel yang diambil adalah 75 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey melalui kuesioner yang diisi oleh konsumen. kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi : $Y = 0,216 X_1 + 0,220 X_2 + 0,277 X_3 + 0,271 X_4$. Berdasarkan analisis data statistik, variabel distribusi memiliki pengaruh paling besar terhadap loyalitas merk yaitu dengan koefisien regresi sebesar 0,277. Diikuti oleh kualitas produk dengan koefisien regresi sebesar 0,271, citra merk dengan koefisien regresi sebesar 0,220. Dan variabel harga memiliki pengaruh paling kecil terhadap loyalitas merk yaitu dengan koefisien regresi sebesar 0,216. Secara individual (melalui uji t), variabel harga, citra merk, distribusi, dan kualitas terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen (loyalitas merk). Kemudian melalui uji F, dapat diketahui bahwa variabel independen layak untuk menguji variabel dependen (loyalitas merk). Angka Adjusted R Square sebesar 0,595 menunjukkan bahwa 59,5% variabel loyalitas merk dapat dijelaskan oleh variabel harga, citra merk, distribusi, dan kualitas produk. Sedangkan sisanya sebesar 34,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Citra Merk, Distribusi, Kualitas Produk, Loyalitas Merk