

ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai apakah keunggulan produk dan efek komunitas berpengaruh kepada sikap terhadap merek pelanggan warung sate sapi Pak Kempleng 1 dan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS 16. Populasi yang digunakan adalah masyarakat Semarang dengan kriteria merupakan pelanggan warung sate sapi Pak Kempleng 1. Sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan metode *accidental sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan produk, dan efek komunitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap merek. Dan sikap terhadap merek berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pada model 1, keunggulan produk memberikan pengaruh yang paling besar kepada sikap terhadap merek. Pada model 2, sikap terhadap merek memberikan pengaruh yang paling besar kepada loyalitas pelanggan.

Kata kunci : keunggulan produk, efek komunitas, sikap terhadap merek, loyalitas pelanggan