

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan MayOutfit Bandung. Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu Kualitas Produk (X_1), dengan dimensinya yaitu Kinerja, Fitur, Kesesuaian dengan spesifikasi, Ketahanan, Keandalan, Serviceability, Estetika, Kualitas yang dipersepsikan. Kewajaran Harga (X_2) dengan dimensinya kesesuaian harga dengan kualitas produk, keterjangkauan konsumen, referensi tingkat kewajaran harga dengan . Variabel dependen Loyalitas Pelanggan dengan dimensinya yaitu, melakukan pembelian ulang, Membeli produk lain dari produsen yang sama, Merekomendasikan kepada orang lain, Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian yang digunakan adalah parsial dan kausal. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, dan analisis regresi linier berganda. Untuk populasinya yaitu pelanggan MayOutfit Bandung yang mengetahui produk MayOutfit. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan sampel sebanyak 100 responden .

Berdasarkan hasil analisis Variabel Independen (X) yang terdiri dari Kualitas Produk (X_1) dan Kewajaran Harga (X_2), secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Pelanggan MayOutfit. Sedangkan besarnya pengaruh Variabel Independen (X) yang terdiri dari Kualitas Produk (X_1) dan Kewajaran Harga (X_2) terhadap variabel dependen Loyalitas Pelanggan (Y) dapat dilihat dari perhitungan Koefisien Determinasi (R^2), yaitu sebesar 0,612 atau 61%. Sedangkan sisanya sebesar 39% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kewajaran Harga, Loyalitas Pelanggan