

ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh kualitas produk Starbucks Coffee terhadap loyalitas konsumen (Studi kasus pada Starbucks Coffee Bursa Efek Indonesia).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat kualitas produk Starbucks Coffee, dan tingkat loyalitas konsumen ditinjau dari respon konsumen. Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 konsumen produk Starbucks Coffee, yang berada di Bursa Efek Indonesia. Diolah dengan bantuan komputer, yaitu dengan menggunakan program SPSS for Windows. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah regresi linier sederhana.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas produk terhadap loyalitas konsumen, yaitu sebesar 49.6% dan sisanya 50.4% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain diluar kualitas produk.

Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada faktor lain diluar kualitas produk yang menyebabkan pengaruh terhadap loyalitas konsumen, dengan lingkup penelitian diperluas.

Kata kunci : Kualitas produk, dan loyalitas konsumen.