

ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh dari atribut produk terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen PT. Holcim Indonesia TBK. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 34 konsumen PT. Holcim Indonesia TBK. Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah *convenience sampling*, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh atribut produk terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan. Kemudian terdapat pengaruh signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Karena itu pihak manager atau manajemen perlu memperhatikan dengan baik atribut produk dan kepuasan konsumen sehingga dapat mempertahankan kesetiaan konsumen. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada organisasi lain dengan lingkup penelitian diperluas.

Kata kunci : Atribut Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.