

ABSTRACT

This study aims to determine the presence of a significant influence between product attributes and service quality to the level of customer confidence in corporate brand that will impact the customer's interest to buy back the raw material production of bakery and pastry. The study also analyzes all of the factors that influence the level of customer trust in corporate brand that have an impact on the creation of customer interest to buy back the raw material production of bakery and pastry.

The population in this study is the registered customer of PT. Prambanan Kencana and has been trading minimum for 1 year. Respondents were taken using purposive sampling techniques. Collecting data using questionnaires method. Data were analyzed using Structural Equation Modeling under AMOS program 18.

The results of this study states that the product attributes and service quality are jointly significantly affect the level of customer confidence in the corporate brand and the impact on the customer's interest to buy back the raw material production of pastry and bakery.

Keywords : Products Attributes, Service Quality, Corporate Brand.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara atribut produk dan kualitas layanan terhadap tingkat kepercayaan pelanggan pada merek korporasi yang akan berdampak pada minat pelanggan untuk membeli kembali bahan baku produksi roti dan kue. Penelitian ini juga menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan pada merek korporasi sehingga berdampak pada terciptanya minat pelanggan untuk membeli kembali bahan baku produksi roti dan kue.

Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha roti dan kue yang tercatat sebagai pelanggan PT. Prambanan Kencana (*Registered Customer*) dan minimal sudah bertransaksi selama 1 tahun. Teknik yang digunakan dalam penetapan responden dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* dalam program AMOS 18.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa atribut produk dan kualitas layanan secara bersama sama secara signifikan mempengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan pada merek korporasi dan berdampak pada minat pelanggan untuk membeli kembali bahan baku produksi roti dan kue.

Kata kunci : Atribut Produk, Kualitas Layanan, Merek Korporasi