

## **ABSTRACT**

*This research is motivated by the lack of consumer interest on the Teh Pucuk Harum product when compared to its competitors in phase 1 year, 2016. By looking at the exiting problems, this study is directed to analyze how to increase consumer loyalty by supporting the improvement of brand image and product quality.*

*This research was conducted on 100 respondents of consumer products Teh Pucuk Harum in Komplek Kementerian Dalam Negeri – Karang Mulya. The question is given by using a questionnaire consisting of closed questions. Answers of respondents to the responses covered the variables examined were analyzed by Structural Equation Modelling using SPSS 22.0*

*The result of this research indicate that variable of brand image and product quality have positive and significant influence to consumer loyalty variable.*

*Key Words: brand image, product quality, consumer loyalty*



## ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh kurangnya minat konsumen terhadap produk Teh Pucuk Harum jika dibandingkan dengan pesaingnya pada fase 1 tahun 2016. Dengan melihat permasalahan yang ada, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis bagaimana meningkatkan loyalitas konsumen dengan didukung peningkatan citra merek dan kualitas produk.

Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden konsumen produk Teh Pucuk Harum di Komplek Kementerian Dalam Negeri - Karang Mulya. Pertanyaan diberikan dengan menggunakan kuisisioner yang terdiri dari pertanyaan tertutup. Jawaban responden terhadap jawaban-jawaban tertutup mengenai variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini kemudian dianalisis *Structural Equation Modelling* dengan menggunakan program SPSS 22.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk, loyalitas konsumen

