

## ABSTRAK

**Ira Aprilliani (1158020149). “Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Mie Instan Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2015)”.**

Masalah yang melatar belakangi adanya penelitian ini karena semakin banyaknya merek yang bermunculan khususnya pada produk mie instan. Sehingga produsen semakin berlomba-lomba dalam memenangkan pasar dengan berbagai cara yang ditunjukkan agar produk mereka tidak kalah saing. Khususnya pada peningkatan *brand image* dan juga kualitas produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara brand image dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner tertutup sehingga responden yang berjumlah 53 orang hanya memilih jawaban dari pertanyaan yang disediakan oleh peneliti.

Hasil analisis data dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel *brand image* (X1) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan nilai t hitung sebesar 2,080. Variabel kualitas produk (X2) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan t hitung sebesar 2,11. Variabel brand image (X1) dan kualitas produk (X2) secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan nilai Fhitung sebesar 9,115. Dan hasil uotput koefisien determinasi sebesar 27% sedangkan sisanya 73% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti.

**Kata Kunci: *Brand Image*, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen.**