

## ABSTRAK

### **Ulwan Dhiaulhaq Muhamad (1210802113) : Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Helm Ink Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung.**

Penelitian ini dilakukan karena adanya fenomena yang terjadi dikalangan anak muda khususnya mahasiswa yang banyak memilih dan kembali membeli helm ink sebagai salah satu alat keselamatan dalam berkendara sepeda motor meskipun harga yang ditawarkan sedikit lebih mahal dari helm merek yang lainnya..

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah atribut produk yang terdiri dari kualitas, fitur dan desain mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen helm ink pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan atribut produk terhadap loyalitas konsumen maka dilakukan penelitian dengan metode kuantitatif yakni data yang diperoleh secara langsung kemudian diolah dengan statistik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan *simple Random*. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1797. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 95 sampel.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen, hal ini berdasarkan tabel regresi yang dihasilkan bahwa  $t_{hitung}$  mendapatkan nilai sebesar 3,040 sedangkan diketahui sebelumnya bahwa  $t_{table}$  adalah 1.661 maka  $t_{hitung} > t_{table}$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.  $H_0$  ditolak memiliki arti bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas terhadap Loyalitas Konsumen dengan signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$ . Fitur tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen, Berdasarkan tabel regresi yang dihasilkan bahwa  $t_{hitung}$  mendapatkan nilai sebesar 1,259 sedangkan diketahui sebelumnya bahwa  $t_{table}$  adalah 1.661 maka  $t_{hitung} < t_{table}$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.  $H_0$  diterima memiliki arti bahwa tidak terdapat pengaruh dari Fitur terhadap Loyalitas Konsumen dengan signifikansi sebesar  $0,030 < 0,05$ . Desain berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen, Berdasarkan tabel regresi yang dihasilkan bahwa  $t_{hitung}$  mendapatkan nilai sebesar 7,938 sedangkan diketahui sebelumnya bahwa  $t_{table}$  adalah 1.661 maka  $t_{hitung} > t_{table}$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.  $H_0$  ditolak memiliki arti bahwa terdapat pengaruh dari Desain terhadap Loyalitas Konsumen dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan berdasarkan koefisien determinasi didapatkan nilai sebesar 0,635 hal ini menunjukkan bahwa Kualitas, Fitur dan Desain berpengaruh sebesar 63,5 % terhadap Loyalitas Konsumen. Sisanya yaitu 36,5 % dipengaruhi oleh faktor lain.

***Kata Kunci : Atribut Produk dan Loyalitas Konsumen***