

Winarti Dewi Handayani (5110154) Hubungan Antara Kualitas Produk dan Harga Dengan Loyalitas Merek Pada Pengguna Produk The Body Shop Surabaya. Skripsi. Sarjana Strata I. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Laboratorium Psikologi Industri dan Organisasi (2015)

INTISARI

Kualitas produk yang terjaga dan harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen akan membuat konsumen merasa puas dan menerima suatu produk bahkan menjadi loyal terhadap produk. Pelanggan yang setia atau loyal terhadap satu merek akan memberikan banyak keuntungan dan efisiensi untuk perusahaan. sebuah perusahaan dapat meningkatkan keuntungan dari 25% sampai 85% yakni dengan cara mengurangi 5% kehilangan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel, (a) kualitas produk dengan loyalitas merek merek pada pengguna produk The Body Shop Surabaya dan (b) harga dengan loyalitas merek merek pada pengguna produk The Body Shop Surabaya.

Populasi penelitian ini adalah konsumen produk *The Body Shop* dengan rentang usia 18-32 tahun yang berdomisili di Surabaya sebanyak 300 subyek. Teknik penelitian ini menggunakan kuesioner. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *incidental sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan hipotesis dalam penelitian ini diterima yang berarti, (a) ada hubungan yang signifikan antara kualitas produk dengan loyalitas merek The Body Shop yang ada di wilayah Surabaya sebesar $r = 0.518$: sig (0.000 < 0.005), (b) ada hubungan yang signifikan antara harga dengan loyalitas merek pada pengguna produk The Body Shop yang ada di wilayah Surabaya sebesar $r = 0.225$: sig (0.000 < 0.005). Berdasarkan hasil penelitian korelasi terendah pada variabel kualitas produk (aspek *durrability* $r = 0.231$), disarankan agar pihak The Body Shop lebih memperhatikan daya tahan produk.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Loyalitas Merek, The Body Shop