

Deta Alvian Anggono. (5120032). Hubungan antara Efektivitas Iklan dan Kualitas Produk dengan Loyalitas Konsumen Produk Roti X. Skripsi. Sarjana Srata 1. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Laboratorium Psikologi Industri dan Organisasi (2017).

Intisari

Loyalitas konsumen adalah komitmen untuk melakukan pembelian kembali terhadap produk/jasa yang disukai meskipun terdapat pengaruh situasi dan pemasaran yang dapat menyebabkan perpindahan produk. Faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah promosi/iklan dan kualitas produk. Penelitian ini menguji hubungan antara efektivitas iklan dan kualitas produk dengan loyalitas konsumen. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *Incidental Sampling* dan mendapatkan 150 subjek pada Tirotti Bakery dengan sesuai kriteria. Data penelitian ini diperoleh dengan skala loyalitas konsumen, efektivitas iklan, dan kualitas produk. Teknik analisis data menggunakan uji korelasi pearson. Hasil dari penelitian ini menunjukkan korelasi yang positif ($p < 0.05$) untuk efektivitas iklan maupun kualitas produk dengan loyalitas konsumen. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan adanya korelasi positif antara kualitas produk tinggi dan efektivitas iklan yang baik membuat konsumen loyal. Diharapkan agar penelitian selanjutnya mengambil sampel yang lebih banyak. Saran untuk perusahaan agar tetap mampu menjaga kualitas produknya mampu meningkatkan konten iklan yang menarik.

Kata kunci: Efektivitas Iklan, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen