

## **ABSTRAK**

**Fakultas Ekonomi  
Program Studi S-1 Manajemen  
2017**

Ari Febriana Anjani  
1202013018

Pengaruh Atribut Produk, dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Merek Motor  
Honda Di Bekasi

67+ xv halaman, 17 tabel, 3 gambar dan 10 lampiran

### **Uraian Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui menganalisis pengaruh atribut produk dan persepsi kualitas terhadap loyalitas merek sepeda motor Honda di Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel sebanyak 60 responden pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Yarsi. Metode analisis dengan menggunakan pendekatan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel atribut produk, persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek ( $\alpha < 0,05$ ). Hasil pada uji F menunjukkan bahwa variabel atribut produk dan persepsi kualitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek ( $\alpha < 0,05$ ), hasil uji asumsi klasik data normal tidak memiliki gangguan, hasil uji nilai R Square memiliki nilai sebesar 0,549 atau 54,9%.

Kata Kunci : Atribut Produk , Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek