

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SEPATU NIKE
(SURVEY PADA KONSUMEN GERAI NIKE DI YOGYAKARTA)**

Arief Angga Suhendro
NPM. 141090034
Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta
(ariefanggasuhendro@gmail.com)

ABSTRAKSI

Penelitian dilakukan pada gerai sepatu nike di yogyakarta, Pengambilan data ini dilakukan mulai bulan desember hingga bulan februari 2016. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji F dan uji t. Hasil analisis regresi linier berganda diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*adjusted R²*) sebesar 0,443 yang berarti bahwa sekitar 44,3% variasi atau perubahan-perubahan pada variabel Loyalitas konsumen diterangkan oleh ketiga variabel Kualitas Produk, Iklan dan citra merek secara serempak, sedangkan sisanya yaitu 55,7% diterangkan oleh variasi lain diluar model.

Dari hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 27,194 dan nilai $p = 0,000$. Karena $p < 0,05$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Iklan dan Citra Merek secara serempak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Dari hasil analisis regresi terlihat nilai signifikan t sebesar $0,029 < \alpha 0,05$, ini berarti telah terbukti bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen sepatu Nike survey pada konsumen Gerai Nike di Yogyakarta, dengan demikian H_a diterima. Dari hasil analisis regresi terlihat nilai signifikan t sebesar $0,003 < \alpha 0,05$, ini berarti telah terbukti bahwa Iklan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen sepatu Nike survey pada konsumen Gerai Nike di Yogyakarta, dengan demikian H_a diterima. Dari hasil analisis regresi terlihat nilai signifikan t sebesar $0,000 < \alpha 0,05$, ini berarti telah terbukti bahwa Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen sepatu Nike survey pada konsumen Gerai Nike di Yogyakarta, dengan demikian H_a diterima.