

## ABSTRAK

**SULFAIDAH. 2026. Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Mobil PT. Kalla Toyota Cabang Mall Ratu Indah di Kota Makassar. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Buyung Romadhoni dan Syarthini Indrayani.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas konsumen pada PT. Kalla Toyota Cabang Mall Ratu Indah Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen mobil Toyota sebanyak 170 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, dengan nilai t-hitung sebesar 3,960 dan signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Citra merek juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, dengan nilai t-hitung sebesar 4,735 dan signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Secara simultan, kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, dengan nilai F-hitung sebesar 38,745 dan signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,457 menunjukkan bahwa 45,7% variasi loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan citra merek, sedangkan sisanya sebesar 54,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan kualitas produk dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk serta memperkuat citra merek guna meningkatkan loyalitas konsumen pada PT. Kalla Toyota Cabang Mall Ratu Indah Kota Makassar.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Citra Merek, Loyalitas Konsumen