

ABSTRACT

The developments that existed in the millennium were marked by increasingly rapid business growth, therefore a company must always strive to create a business opportunity. Building relationships and good interactions with customers is one thing that can be done, because the key to a business lies in the customer. The Product Quality, Service and Brand Strategy can be made as well as possible to attract and win customer loyalty. The purpose of this study was to determine the effect of Product Quality, Service and Brands on Customer Loyalty of Organic Baby Porridge in Hepi Meal. Quantitative data is the type of data used in this study, using the Nonprobability Sampling sampling technique, which is incidental sampling. The sample used was 110 respondents based on Ferdinand's formula. The results showed partially that Product Quality had no significant effect on Customer Loyalty, while Service and Brand had a positive and significant effect on the Customer Loyalty of Organic Baby Porridge in Hepi Meal. Simultaneously the Quality of Products, Services and Brands influences the Customer Loyalty of Organic Baby Porridge in Hepi Meal. Companies must continue to pay attention to the Quality of Products, Services and Brands to continue to maintain and increase the Loyalty of Customers to Organic Baby Porridge in Hepi Meal.

Keyword: *Product Quality, Service, Brand, Customer Loyalty*

ABSTRAK

Perkembangan yang ada pada zaman millennial ini ditandai dengan pertumbuhan bisnis yang semakin pesat, oleh karena itu suatu perusahaan harus selalu berupaya menciptakan sebuah peluang usaha. Membangun hubungan dan interaksi yang baik dengan pelanggan adalah salah satu hal yang dapat dilakukan, karena kunci utama bisnis terletak pada pelanggan. Strategi Kualitas Produk, Pelayanan dan Merek dapat dibuat perusahaan dengan sebaik mungkin untuk menarik dan memenangkan loyalitas pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Bubur Bayi Organik Hapi Meal. Data kuantitatif merupakan jenis data yang digunakan pada penelitian ini, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel Nonprobability Sampling yaitu Sampling Insidental. Sampel yang digunakan sebanyak 110 responden berdasarkan rumus Ferdinand. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial Kualitas Produk berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, sedangkan Pelayanan dan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Bubur Bayi Organik Hapi Meal. Secara simultan Kualitas Produk, Pelayanan dan Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Bubur Bayi Organik Hapi Meal. Perusahaan harus terus memperhatikan Kualitas Produk, Pelayanan dan Merek untuk terus mempertahankan dan meningkatkan Loyalitas Pelanggan Bubur Bayi Organik Hapi Meal.

Kata kunci: Kualitas Produk, Pelayanan, Merek, Loyalitas Pelanggan