

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut produk motif hedonik motif utilitarian mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Karita Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian sebanyak lebih dari dua kali pada Karita Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden. Teknik analisa yang digunakan dalam analisa ini adalah metode regresi linier berganda.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen, motif hedonik berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen, motif utilitarian berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil koefisien determinasi parsial menunjukkan bahwa motif utilitarian berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan semakin baik atribut produk yang di berikan Karita Surabaya, maka akan semakin meningkatkan loyalitas konsumen. Serta semakin baik motif hedonik yang di berikan Karita Surabaya, maka akan semakin meningkatkan loyalitas konsumen. Sedangkan semakin baik motif utilitarian yang di berikan Karita Surabaya, maka akan semakin meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Atribut Produk, Motif Hedonik, Motif Utilitarian, dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This research is meant to find out that product attribute, hedonic motive, and utilitarian motive have influence to the customer loyalty at Karita Surabaya. The sample collection technique applies accidental sampling and 100 respondents have been selected as samples. The data analysis has been done by using multiple linear regressions method.

The result of this test shows that the product attribute has positive and significant influence to the customer loyalty, hedonic motive has significant influence to the customer loyalty, utilitarian motive has significant influence to the customer loyalty. Based on the result of partial coefficient determination, it shows that utilitarian motive has dominant influence to the customer loyalty.

The result of this research shows that when the product attributes which has been provided by Karita Surabaya is well, it will increase the customer loyalty. In addition when the hedonic motive which has been provided by Karita Surabaya is well, it will increase the customer loyalty. Meanwhile, when the utilitarian motive which has been provided by Karita Surabaya is well, it will increase the customer loyalty.

Keywords: *product attributes hedonic motive, utilitarian motive and customer loyalty.*

