

## ABSTRAK

Saat ini perkembangan dunia otomotif semakin pesat, setiap produsen pembuatan mobil masing-masing berlomba untuk menciptakan suatu produk yang dapat menguasai konsumen pasar otomotif di Indonesia. Salah satu produsen otomotif yang melakukan hal tersebut ialah Toyota dengan salah satu produknya yaitu Kijang. Produk Kijang ini telah ada sejak tahun 70-an dan bertahan sampai sekarang. Pihak Toyota selaku produsen berhasil mempertahankan produk Toyota Kijang dengan cara menciptakan produk dengan beberapa versi sesuai dengan model yang terbaru yang sesuai dengan permintaan pasar. Toyota juga selalu memberikan inovasi dan memperhatikan kualitas produk dari setiap versi yang dibuat sehingga dapat mampu diterima masyarakat dan masih dapat dijumpai sampai sekarang. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen produk Toyota Kijang.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Populasi yang digunakan ialah pengguna Kijang di Kota Bandung dan sampel yang digunakan yaitu 400 responden dengan metode yang digunakan yaitu regresi Linier Sederhana.

Dari hasil analisis deskriptif ditemukan bahwa tanggapan responden terhadap kualitas produk secara keseluruhan dalam kategori sangat baik dengan persentase sebesar 88,6%. dan loyalitas pelanggan dalam kategori sangat baik dengan persentase sebesar 88,9%. Hasil analisis menunjukkan terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah 46,5% dan sisanya sebesar 53,5% dipengaruhi oleh variabel lain seperti harga produk, brand image dan lain sebagainya.

**Kata Kunci:** kualitas produk, loyalitas konsumen, Toyota Kijang.