

ABSTRAK

Pengaruh Atribut Produk (merek produk, kualitas produk, desain produk) Program Trans Studio *Edutainment Education and Entertainmnet* terhadap *Corporate Image* Trans Studio Bandung

Penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah terdapat pengaruh antarvariabel atribut produk yang terdiri dari sub variabel/dimensi merk produk, kualitas produk, dan disain produk) terhadap corporate image Trans Studio Bandung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut produk (merek produk, kulaitas produk, desain produk, kemasan produk) program Trans Studio *Edutainment* terhadap *corporate image* Trans Studio Bandung.

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah survey eksplanatory dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari kuesioner sebanyak 100 orang, kemudian diolah menggunakan analisis jalur (*path analysis*).

Dari hasil penelitian diketahui bahwa secara deskriptif variabel atribut produk berada pada kriteria sangat baik dengan rata-rata persentase sebesar 89% dan untuk variabel corporate image berada pada kriteria sangat baik dengan rata-rata persentase sebesar 91,42%. Berdasarkan perhitungan analisis jalur diketahui bahwa variabel atribut produk berpengaruh signifikan terhadap *corporate image* Trans Studio Bandung baik secara simultan maupun parsial. Besarnya pengaruh variabel atribut produk terhadap variabel corporate image sebesar 42,28%.

Dalam penelitian ini disarankan agar memperhatikan faktor-faktor atribut produk seperti merk produk, kualitas produk, dan desain produk serta.

Keywords: Atribut produk, *Corporate Image*