

## ABSTRAK

Saat ini industri kopi di Indonesia memiliki peluang yang sangat baik karena mempunyai pangsa pasar yang besar juga didukung oleh potensi bahan baku yang melimpah, serta pertumbuhan gaya hidup masyarakat yang telah berubah membuat kinerja industri pengolahan kopi mengalami kenaikan yang signifikan. Pertumbuhan *coffee shop* terjadi dikota Bandung, salah satunya yaitu Sejiwa *Coffee*. Melihat bahwa saat ini banyak sekali bermunculan *coffee shop* yang didukung pula oleh perubahan gaya hidup masyarakat dalam meminum kopi tentunya membuat Sejiwa *Coffee* perlu untuk meningkatkan kualitas dari produk yang ditawarkan agar terciptanya konsumen yang loyal terhadap perusahaan. Melihat dari hal tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Sejiwa *Coffee* Bandung.

Penelitian ini mengangkat topik Kualitas produk terhadap Loyalitas Konsumen Sejiwa *Coffee* Bandung. Dimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Sejiwa *Coffee* Bandung. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode Kuantitatif deskriptif dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden dengan metode yang digunakan yaitu Regresi Linier Sederhana.

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa tanggapan responden terhadap kualitas produk secara keseluruhan berada pada kategori sangat setuju dengan persentase sebesar 85,3% dan loyalitas konsumen berada pada kategori sangat setuju dengan persentase sebesar 81,7%. Pada penelitian ini pula didapatkan hasil bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen sebesar 66,5% sedangkan sisanya sebesar 33,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

Pada hasil penelitian ini pula diharapkan dapat menjadi masukan bagi perkembangan ilmu dalam bidang bisnis mengenai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dan dapat digunakan pula sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya. Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan informasi terhadap Sejiwa *Coffee* bahwa suatu produk memiliki pengaruh terhadap

loyalitas sehingga Sejiwa *Coffee* dapat menciptakan produk yang berkualitas agar loyalitas konsumen semakin terjalin.

Kata kunci : Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen, Sejiwa Coffee, Bandung