

Abstrak

Penelitian ini mengambil judul Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Product Feature*, dan Harga Mobil Toyota Terhadap Loyalitas Konsumen dengan mengambil lokasi penelitian di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas yang terdiri dari *Brand Image*, *Product Feature*, dan Harga, sedangkan variabel terikatnya adalah Loyalitas Konsumen.

Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* dari *Pearson* dan uji reliabilitas dengan rumus koefisien *alpha cronbach*. Sebelum kuesioner disebar diujikan kepada 100 orang responden dan kemudian diuji dengan program komputer SPSS 11.5 dengan hasil valid dan reliabel.

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa secara simultan variabel atribut produk yang terdiri dari *Brand Image*, *Product Feature*, dan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada produk mobil Toyota di Yogyakarta. Begitu juga dengan hasil secara parsial menunjukkan bahwa ketiga variabel atribut produk berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, dan *Brand Image* terbukti merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen.

