

ABSTRAK

Persaingan bisnis telekomunikasi di Indonesia saat ini menuju pada kondisi persaingan ketat dan berkembang. Salah satu perusahaan telekomunikasi yang menjadi *market leader* di Indonesia adalah Telkomsel. Telkomsel melalui produk simPATI nya, terus berusaha untuk menawarkan manfaat-manfaat yang kemudian dikomunikasikan dan disampaikan melalui atribut produk seperti kualitas, fitur, dan desain. Dengan adanya atribut produk konsumen dapat lebih mempertimbangkan produk yang akan digunakan. Disisi lain, dengan melekatnya atribut pada suatu produk dapat menunjukkan kelayalitan konsumen terhadap suatu merek tertentu. Oleh karena itu, simPATI terus menjaga konsumen yang loyal agar tidak beralih ke merek lainnya. Penelitian ini mencoba mengetahui faktor-faktor dalam atribut produk yang mempengaruhi konsumen melakukan loyalitas merek terhadap kartu seluler simPATI.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut produk (kualitas produk, fitur produk dan desain produk) terhadap *brand loyalty* pada pengguna kartu seluler prabayar simPATI di Bandung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kausal, dengan menggunakan metode teknik sampling *purposive sampling*. Dengan pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan yaitu responden yang menggunakan kartu seluler prabayar simPATI dan responden yang berada di kota Bandung

Berdasarkan teknik analisis korelasi kanonikal, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *brand loyalty* sebesar 46,80%, variabel fitur produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *brand loyalty* sebesar 38,73%, variabel desain produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *brand loyalty* sebesar 44,73%, atribut produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *cognitive loyalty* sebesar 47,40%, atribut produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *affective loyalty* sebesar 47,90%, dan atribut produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *conative loyalty* sebesar 42,24%.

Kata kunci: atribut produk (kualitas produk, fitur produk, desain produk), *brand loyalty*.