

## ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, namun juga menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan eksistensinya, termasuk menjaga loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan *Word of Mouth* terhadap loyalitas pelanggan pada Dayang Cookies di lingkungan komunitas Bhayangkari. Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah menurunnya tingkat penjualan dan rendahnya loyalitas pelanggan, sebagaimana terlihat dari hasil pra-survei yang menunjukkan ketidakpuasan terhadap kualitas produk serta minimnya pengaruh *Word of Mouth* dalam keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Dayang Cookies dan dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan *Word of Mouth*, sedangkan variabel terikatnya adalah loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, kualitas produk dan *Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya, semakin baik kualitas produk dan semakin efektif *Word of Mouth* yang diterapkan, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan terhadap Dayang Cookies. Temuan ini memberikan implikasi bahwa peningkatan kualitas produk secara konsisten dan penguatan strategi promosi melalui rekomendasi pelanggan merupakan kunci penting dalam mempertahankan pelanggan secara berkelanjutan.

Kata kunci: Kualitas Produk, *Word of Mouth*, Loyalitas Pelanggan, UMKM, Dayang Cookies.

## **ABSTRACT**

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in supporting national economic growth, yet they also face various challenges in maintaining their existence, including sustaining customer loyalty. This study aims to analyze the influence of product quality and Word of Mouth marketing strategy on customer loyalty at the MSME Dayang Cookies within the Bhayangkari community. The main issue in this research is the declining sales and low customer loyalty, as reflected in a preliminary survey which revealed dissatisfaction with product quality and minimal impact of Word of Mouth on purchasing decisions. This research uses a quantitative approach with a survey method. Data were collected through the distribution of questionnaires to Dayang Cookies customers and analyzed using multiple linear regression. The independent variables in this study are product quality and Word of Mouth strategy, while the dependent variable is customer loyalty. The results show that both partially and simultaneously, product quality and Word of Mouth strategy have a positive and significant effect on customer loyalty. This means that the better the product quality and the more effective the Word of Mouth strategy implemented, the higher the level of customer loyalty towards Dayang Cookies. These findings imply that consistently improving product quality and strengthening promotional strategies through customer recommendations are key to retaining customers in a sustainable manner.*

*Keywords: Product Quality, Word of Mouth, Customer Loyalty, MSMEs, Dayang Cookies.*