

## ABSTRAK

### **Romi (1168020251) : Pengaruh *Brand Image* dan Iklan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Luwak White Koffie di Kota Bandung)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* dan Iklan Terhadap Loyalitas Pelanggan secara parsial maupun secara simultan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif serata teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dan menggunakan metode *incidental sampling* yaitu dengan mengumpulkan data sebanyak 100 responden pelanggan Luwak White Koffie di Kota Bandung. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang disebarakan dengan media *google form* kepada pelanggan Luwak White Koffie di kota Bandung. Teknik analisis yang digunakan peneliti dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji t (parsial), uji f (uji simultan), regresi linier berganda serta pengukuran koefisien determinasi (uji  $R^2$ ).

Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa hasil dari pengujian secara parsial *Brand Image* berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Luwak White Koffie dengan t hitung sebesar  $(4,595) > t$  tabel  $(1,9847)$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Luwak White Koffie dengan t hitung lebih besar  $(2,804) > t$  tabel  $(1,9847)$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,006 < 0,05$ . Secara simultan *Brand Image* dan Iklan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Luwak White Koffie dengan nilai f hitung  $(32,773) > f$  tabel  $(3,09)$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan besaran pengaruh 39,1% dan selebihnya sebesar 60,9% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

*Kata kunci : Brand Image, Iklan, Loyalitas Pelanggan*

