

ABSTRAK

Muhammad Bilal Abdul Aziz : Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Dan Desain Produk (*Design Product*) Terhadap Loyalitas Konsumen (*Costumer Loyalty*) Pengguna Produk Tas Eiger Di Kalangan *Followers* Instagram Eiger.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perubahan kondisi dan persaingan pasar dimana kesetiaan konsumen menjadi salah satu unsur penting bagi keberlangsungan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek (*brand image*) dan desain produk (*design product*) terhadap loyalitas konsumen (*costumer loyalty*) pengguna produk tas Eiger di kalangan *followers* instagram Eiger baik secara parsial maupun simultan. Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan kuisioner yang disebar kepada *followers* instagram Eiger dengan sampel 100 orang. Adapun metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis asosiatif (analisis regresi linear berganda, analisis korelasi berganda dan koefisien determinasi) dan analisis uji hipotesis (uji t dan uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial citra merek (*brand image*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (*costumer loyalty*), secara parsial desain produk (*design product*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (*costumer loyalty*) dan secara simultan citra merek (*brand image*) dan desain produk (*design product*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (*costumer loyalty*).

Kata Kunci : Citra Merek (*Brand Image*), Desain Produk (*Design Product*), Loyalitas Konsumen (*Costumer Loyalty*)

