

ABSTRAK

Rudi Ansyah Harahap : Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk *Brand* Medley. Studi Pada Pelanggan Produk *Fashion* Medley Toko Tiki Taka Indonesia Jl. Cinunuk, Kota Bandung.

Dewasa ini, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa globalisasi yang terus berlanjut hingga saat ini telah banyak membawa perubahan dalam kehidupan manusia, salah satunya adalah perubahan gaya hidup. Gaya hidup ini sangat erat kaitannya dengan dunia fashion. Fashion berasal dari kata bahasa Inggris yang dapat diartikan sebagai, model, style atau kebiasaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Dimana variabel independen adalah citra merek dan harga Sedangkan untuk variabel dependen adalah loyalitas pelanggan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif verifikatif yaitu dengan kuesioner yang diisi oleh para responden yang bertindak sebagai pelanggan Produk *Fashion* Medley Toko Tiki Taka Indonesia Jl. Cigeruik, Kabupaten Bandung Timur, Kota Bandung, Jawa Barat. Pengambilan sampel sebanyak 93 responden, diambil dengan menggunakan metode *Random Sampling*. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan citra merek dan harga variabel terikat adalah loyalitas pelanggan, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis yang meliputi uji t, uji F, matriks korelasi dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil analisis menggunakan regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel citra merek dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan Produk *Fashion* Medley Toko Tiki Taka Indonesia Jl. Cinunuk, Kota Bandung. Hasil analisis menggunakan uji t menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan masyarakat. Dimana citra merek (X_1) mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan harga (X_2) mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dan dari hasil analisis uji F menunjukkan bahwa citra merek dan harga berpengaruh positif signifikan dengan nilai sebesar 37,490 terhadap loyalitas pelanggan. Hasil perhitungan *Analysis Path* (Koefisien Determinasi) menghasilkan R^2 sebesar 0,454 atau sebesar 45,4%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (variabel x) yaitu pengaruh citra merek dan harga serta dependen (variabel y) loyalitas pelanggan sebesar 45,4%. Sedangkan sisanya 55,6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga dan Loyalitas Pelanggan