

ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sabun Pembersih Wajah Garnier (Studi pada Konsumen di Kota Kupang) , Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.2024.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap loyalitas konsumen pada sabun pembersih wajah garnier, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah Konsumen di Kota Kupang yang menggunakan produk garnier. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner dengan teknik mentabulasi hasil penyebaran kuesioner dan menganalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu spss.

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda: $Y = 7,500 + 0,394X_1 + 0,470X_2 + e$. Diketahui bahwa nilai konstan a sebesar 7,500 sedangkan koefisien b^1 adalah 0,394 dan b^2 adalah 0,470. Dengan demikian dari persamaan regresi linear berganda diatas maka dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta 7,500 artinya jika nilai Citra merek (X1) dan Harga (X2) sama dengan nol, loyalitas konsumen (Y) memiliki nilai sebesar 0,470. Sedangkan koefisien regresi (b^1) sebesar 0,394 artinya jika Citra Merek (X1) Mengalami kenaikan sebesar satu satuan dengan syarat variabel lainnya konstan, maka Loyalitas konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,394. Dimana koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara Citra merek (X1) dan Loyalitas konsumen (Y). Dan koefisien regresi (b^2) sebesar 0,470 artinya jika Harga (X2) mengalami kenaikan sebesar satu satuan dengan syarat variabel lain konstan, maka Loyalitas Konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,470. Dimana koefisien regresi bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif antara harga (X2) dengan Loyalitas konsumen (Y).

Berdasarkan landasan teori dan dengan hasil penelitian yang telah dibahas pada bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa citra merek dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen sabun pembersih wajah garnier di Kota Kupang. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial citra merek dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. dan juga hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara Simultan citra merek dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen pada sabun pembersih wajah garnier di Kota Kupang.

Kata Kunci : Citra merek, Harga , Loyalitas konsumen