

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK AIR MINUM DALAM
KEMASAN MEREK ADES**

(Kasus Pada Konsumen Di Kota Bandung)

Muhammad Ridwan Nashiruddin

10090311157

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana upaya perusahaan dalam membanguncitra merek, bagaimana loyalitas konsumen Ades dan seberapa besar pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen.

Jenis penelitian yang dilaksanakan ini bersifat verifikatif dengan menggunakan teknik pengumpulan sample Insidental sampling dengan menggunakan 100 sampel responden konsumen air minum dalam kemasan merek Ades. Analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan citra merek yang digunakan oleh Ades tergolong sangat kuat, artinya *citra merek* secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : citra merek, loyalitas konsumen.

EFFECT OF BRAND IMAGE BOTTLED WATER BRAND ADES TO COSTUMER LOYALTY

(Case On Customer In City Of Bandung)

Muhammad Ridwan Nashiruddin

10090311157

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine how the company's efforts in building the brand image , customer loyalty Ades and how much influence the brand image on costumer loyalty .

This type of research is verification conducted using incidental sampling technique to collect sample, using a sample of 100 respondents consumers of bottled water brand Ades . Analysis of the data used to test the hypothesis is regression analysis .

These results indicate that the implementation of brand image that is used by Ades classified as very strong , meaning brand image significantly positive effect on consumer loyalty .

Keywords: brand image, customer loyalty.