

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK AQUA DI KOTA BANDUNG)

Oleh

Rifqy Reza Rachmansyh
1417103029

Air merupakan kebutuhan yang sangat primer dalam kehidupan, menjadi peluang bisnis bagi para produsen untuk menyediakan produk air. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang penyediaan air adalah PT Golden Mississippi Danone dengan salah satu produknya adalah AQUA.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar citra merek produk AQUA dan inovasi produk AQUA dalam menentukan loyalitas pelanggan produk tersebut dikalangan konsumen kota Bandung. Penelitian ini dilakukan kepada 115 responden dengan membagikan kuesioner kepada konsumen produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) di kota Bandung. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif untuk mengolah seluruh hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada responden. Pengolahan hasil kuesioner untuk menguji hipotesis penelitian menggunakan program *Software IBM (SPSS) Statistic* versi 20.0, dimana uji hipotesis menggunakan metode analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek dan Inovasi Produk memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Produk dengan kuat dengan ditunjukkan nilai table Koefisien Determinasinya 58,2%.

Kata kunci : Produk Aqua, Citra Merek, Inovasi Produk, Loyalitas Pelanggan, Kota Bandung.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT INNOVATION OF CUSTOMER LOYALTY (CASE STUDY IN AQUA PRODUCT CONSUMERS IN BANDUNG CITY)

By

Rifqy Reza Rachmansyah
1417103029

Water is a very primary need in life, becoming a business opportunity for producers to provide water products. One company that is engaged in water supply is PT Golden Mississippi Danone with one of its products as AQUA.

This study aims to find out how much the brand image of AQUA products and AQUA product innovations in determining customer loyalty of these products among consumers in the city of Bandung. This research was conducted to 115 respondents by distributing questionnaires to consumers of Bottled Drinking Water Products (AMDK) in the city of Bandung. This research method uses descriptive and verification methods to process all the results of the questionnaire that has been distributed to respondents. Processing the results of the questionnaire to test the research hypothesis using the IBM Software Program (SPSS) Statistics version 20.0, where the hypothesis testing uses multiple regression analysis methods. The results showed that Brand Image and Product Innovation had a strong influence on Product Loyalty with a value of the Determination Coefficient table of 58.2%.

Keywords: *Aqua Products, Brand Image, Product Innovation, Customer Loyalty, Bandung City.*