

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MERK (*BRAND IMAGE*) DAN SUASANA TOKO (*STORE ATMOSPHERE*) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DUNKIN DONUTS CABANG ANTAPANI BANDUNG

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merk dan suasana toko terhadap loyalitas konsumen di Dunkin Donuts cabang Borma Antapani Bandung. Pada penelitian ini citra merk dan suasana toko sebagai variabel X (variabel bebas) dan loyalitas konsumen sebagai variabel Y (variabel terikat).

Berdasarkan penelitian diperoleh kesimpulan bahwa diperoleh nilai Fhitung (145,576) dan lebih besar dibanding Ftabel (3,052), maka pada tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak H_0 sehingga H_a diterima. Jadi berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa citra merk dan suasana toko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada kedai Dunkin Donuts cabang Borma Antapani Bandung.

Kata Kunci: Citra Merk, Suasana Toko, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND STORE ATMOSPHERE TO DUNKIN DONUTS CONSUMER LOYALTY ON BRANCH BORMA ANTAPANI BANDUNG

This study aims to investigate the influence of brand image and store atmosphere to Dunkin Donuts consumer loyalty on branch Borma Antapani Bandung. In this study brand image and store atmosphere as variable X (Independent variable) and consumer loyalty as variable Y (dependent variable).

Based on the research we concluded that the values obtained F value (145.576) and larger than the F table (3.052), then the error rate of 5% so it was decided to reject H_0 H_a accepted. So based on the test results it can be concluded that the brand image and store atmosphere simultaneously significant effect on consumer loyalty in Dunkin Donuts store branch Borma Antapani Bandung.

Keywords: Brand Image, Store Atmosphere, Consumer Loyalty