ABSTRAK

Nurul Afida, NIM. B04206014, 2010 Pengaruh Brand Image Product Terhadap Loyalitas Konsumen di reSHARE Rabbani Dharmawangsa Surabaya.

Kata Kunci : Brand Image, Loyalitas

Ada dua Persoalan yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu : (1) Apakah ada pengaruh *brand image product* terhadap loyalitas konsumen di reSHARE Rabbani Dharmawangsa Surabaya, (2) Jika terbukti ada, seberapa besar pengaruh *brand image product* terhadap loyalitas konsumen di reSHARE Rabbani Dharmawangsa Surabaya. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh brand image product terhadap loyalitas konsumen di reSHARE Rabbani Dharmawangsa Surabaya, untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara produk yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

Dalam menjawab permasalahan tersebut secara menyeluruh, penelitianini bersifat penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu mengukur data dengan angka-angka untuk mengetahui ada dan tidaknya pengaruh *brand image product* terhadap loyalitas konsumen di reSHARE Rabbani Dharmawangsa Surabaya. Kemudian data yang didapatkan tersebut di analisis mengunakan rumus *product moment*, sehingga diperoleh hasil yang menunjukkan apakah ada pengaruh *brand image product* terhadap loyalitas konsumen.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa pengujian korelasi dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment* didapatkan hasil -0,23. Dan setelah hasil tersebut dikonsultasikan dengan " r " table *product moment* dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah responden N = 100, sehingga ditemukan (-0,23<0,195). Dari hasil tersebut maka H0 "diterima" dan H1 "ditolak" berarti tidak ada pengaruh antara variable (X) brand image (Y) loyalitas konsumen, maka dalam penelitian ini bisa disimpulkan bahwa " Tidak ada pengaruh antar *brand image* terhadap loyalitas konsumen".

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id