

## ABSTRAK

### **PENGARUH STRATEGI *BRANDING* DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada Konsumen Mister Geprek 3 Unila di Bandar Lampung)**

Oleh

**Komang Niko Yana**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi *branding* dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan dalam melakukan pembelian produk pada Mister Geprek 3 Unila di Bandar Lampung. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini yaitu Strategi *Branding* ( $X_1$ ), Kepuasan Konsumen ( $X_2$ ) serta Loyalitas Pelanggan sebagai variabel terikat. Jenis penelitian ini eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Mister Geprek 3 Unila data tersebut diperoleh dari kuisioner dengan menggunakan skala *likert* yang disebar melalui *google form* ke media sosial *whatshapp* melalui *group whatshapp* dan *personal chat*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 385 responden yang diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data pada penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS 29.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel strategi *branding* dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mister Geprek 3 Unila di Bandar Lampung dengan nilai *R Square* 0,666 atau 66,6%. Sedangkan hasil secara parsial menunjukkan bahwa variabel strategi *branding* dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mister Geprek 3 Unila di Bandar Lampung.

**Kata Kunci:** Strategi *Branding*, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF BRANDING STRATEGY AND CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY (Case Study On Customer Of Mister Geprek 3 Unila in Bandar Lampung)***

**By**

**KOMANG NIKO YANA**

*This study aims to determine the influence of branding strategy and customer satisfaction on customer loyalty in purchasing products at Mister Geprek 3 Unila in Bandar Lampung. The independent variables used in this study are Branding Strategy ( $X_1$ ), Customer Satisfaction ( $X_2$ ), and Customer Loyalty ( $X_3$ ). The type of this research is explanatory with a quantitative approach. The population in this study were customers of Mister Geprek 3 Unila. The data were obtained from a questionnaire using a Likert scale, which was distributed by Google Form to WhatsApp social media by the WhatsApp group and personal chat. The sample in this study amounted to 385 respondents who were taken using a purposive sampling technique. The data in this study were analyzed using multiple linear regression analysis with the SPSS 29.0 tool. The results of this study indicate that branding strategy and customer satisfaction simultaneously have a significant effect on customer loyalty at Mister Geprek 3 Unila in Bandar Lampung, with R Square value of 0.666, or 66.6%. While the parsially results show that branding strategy and customer satisfaction variables have a significant influence on customer loyalty, Mister Geprek 3 Unila in Bandar Lampung.*

***Keywords: Branding Strategy, Customer Satisfaction and Customer Loyalty***