

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, MANFAAT MEREK, DAN PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO RITEL

Oleh

NADHIRA RIDHANI

Perkembangan bisnis di era sekarang sangatlah meningkat, jumlah toko ritel di setiap daerah pun semakin bertambah, hal ini menunjukkan bahwa persaingan di industri ritel Indonesia semakin ketat. MR.DIY merupakan pengecer yang menjual perlengkapan dan aksesoris rumah tangga dan memiliki banyak cabang di Indonesia. Salah satu kunci untuk bertahan dalam persaingan ini, tentu saja, membangun loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Citra Merek, Manfaat Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di MR DIY Bandar Lampung. Metode yang digunakan adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini ialah konsumen MR.DIY Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dengan 97 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala likert. Analisis data menggunakan Uji Asumsi klasik, Analisis regresi linear berganda, dan Uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek dan Manfaat Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Sebaliknya, Kualitas Pelayanan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil Uji F menunjukkan bahwa secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Peneliti menyarankan agar perusahaan lebih fokus pada peningkatan Citra Merek dan Manfaat Merek dalam strategi pemasaran, sementara kualitas pelayanan meskipun penting, tidak memberikan pengaruh signifikan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Citra Merek, Manfaat Merek, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND BENEFITS, AND PERCEIVED SERVICE QUALITY ON RETAIL STORE CUSTOMER LOYALTY

By

NADHIRA RIDHANI

Business development in the current era is very increasing, the number of retail stores in each region is increasing, this shows that competition in the Indonesian retail industry is getting tougher. MR.DIY is a retailer that sells household supplies and accessories and has many branches in Indonesia. One of the keys to surviving this competition is, of course, building customer loyalty. This study aims to examine the effect of Brand Image, Brand Benefits, and Service Quality on Customer Loyalty at MR DIY Bandar Lampung. The method used is explanatory research with a quantitative approach. The population in this study were MR.DIY Bandar Lampung consumers. The sampling technique used non probability sampling with purposive sampling method with 97 respondents. The data collection technique used a questionnaire using a Likert scale. The results showed that Brand Image and Brand Benefits had a positive and significant effect on Customer Loyalty, on the other hand, Service Quality did not show a significant effect on Customer Loyalty. The F test results show that simultaneously, the three variables have a significant effect on Customer Loyalty. Researchers suggest that companies focus more on improving Brand Image and Brand Benefits in marketing strategies, while service quality, although important, does not have a significant effect in this study.

Keywords: *Brand Image, Brand Benefits, Service quality, Customer Loyalt*