

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP PENDEKATAN KONSUMEN DAN
DAMPAKNYA PADA LOYALITAS
KOMUNITAS AKTIF KESEHATAN DI BANDAR LAMPUNG
(Studi Pada Produk Gula Rendah Kalori PT Nutrifood Indonesia)**

SKRIPSI

Oleh

Raisa Adelia Purwanti

NPM 1951011026



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG BANDAR
LAMPUNG**

2024

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP PENDEKATAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS KOMUNITAS AKTIF KESEHATAN DI BANDAR LAMPUNG (Studi Pada Produk Gula Rendah Kalori PT Nutrifood Indonesia)

Oleh

Raisa Adelia Purwanti

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Citra Merek Terhadap Pendekatan Konsumen Dan Dampaknya Pada Loyalitas Komunitas Aktif Kesehatan Di Bandar Lampung (Studi Pada Produk Gula Rendah Kalori PT Nutrifood Indonesia)”. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu, citra merek sebagai variabel independen, pendekatan konsumen sebagai variabel *intervening*, dan loyalitas komunitas sebagai variabel dependen. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif yang disebar kepada 100 responden menggunakan kuesioner yang disebar secara online dengan teknik skala likert. Berdasarkan rumusan masalah dan pembahasan hasil penelitian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut : (1) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap pendekatan konsumen. (2) Pendekatan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. (3) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui pendekatan konsumen sebagai variabel *intervening*.

Kata kunci : Citra Merek, Pendekatan Konsumen, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON
CONSUMER ENGAGEMENT AND ITS IMPACT ON LOYALTY OF ACTIVE HEALTH
COMMUNITY IN BANDAR LAMPUNG
(A Study on Low-Calorie Sugar Products of PT Nutrifood Indonesia)**

By

Raisa Adelia Purwanti

This research aims to determine the "Influence of Brand Image on Consumer Engagement and Its Impact on Loyalty of Active Health Community in Bandar Lampung (A Study on Low-Calorie Sugar Products of PT Nutrifood Indonesia)". In this study, there are three variables: brand image as an independent variable, consumer engagement as an intervening variable, and consumer loyalty as a dependent variable. The research method used in this study is quantitative with a descriptive approach distributed to 100 respondents using an online questionnaire with a Likert scale technique. Based on the formulation of the problem and the discussion of the research results, the following conclusions are obtained: (1) Brand image has a significant influence on consumer engagement. (2) Consumer approach has a significant influence on consumer loyalty. (3) Brand image has a significant influence on consumer loyalty through consumer engagement as an intervening variable.

Keywords: Brand Image, Consumer Engagement, Consumer Loyalty.