

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KETERLIBATAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Pada Pengguna Pasta Gigi Pepsodent di Kabupaten Jombang)**

ABSTRAK

Oleh:

**Mohammad Irsyad Firdaus
1661255**

**Dosen Pembimbing
Dr. Siti Zuhroh, M.si
NIDN. 0011096902**

Era perdagangan bebas dan globalisasi ditandai dengan semakin meluasnya produk dan jasa, menyebabkan persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan semakin ketat. Hal ini menyebabkan manajemen perusahaan dituntut untuk lebih cermat menyikapi dalam menentukan strategi bersaing. Untuk dapat bersaing dengan produk sejenis perusahaan dituntut untuk mampu memposisikan produknya di benak konsumen.

Pasta gigi merupakan kebutuhan penting bagi tiap individu di segala segmen dan demografi, sehingga produksi produk tersebut sangat tinggi setiap hari seiring dengan tingginya permintaan. Untuk itu perusahaan besar seperti PT. Unilever juga tidak ingin ketinggalan untuk ikut bersaing dalam hal pasta gigi, maka PT. Unilever menciptakan produk pasta gigi, yaitu pasta gigi Pepsodent.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan keterlibatan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna pasta gigi pepsodent di Kabupaten Jombang. Penelitian ini merupakan penelitian eksplanasi dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Responden yang di ambil dalam penelitian ini adalah 100 responden melalui kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis analisis regresi linier berganda dengan hasil persamaan regresi sebagai berikut. $Y = 1,907 + 0,616X_1 + 0,243X_2 + \epsilon$.

Dimana hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan keterlibatan konsumen mampu mendorong loyalitas pelanggan pada produk pasta gigi pepsodent di Kabupaten Jombang dengan di peroleh hasil t-hitung sebesar 4,471 sedangkan t-tabel pada taraf signifikan $\alpha = 5\%$ sebesar 1,98472.

Kata Kunci : Citra Merek, Keterlibatan Konsumen, Loyalitas Pelanggan

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND CONSUMER
ENGAGEMENT ON CUSTOMER LOYALTY
(Study on Pepsodent Toothpaste Users in Jombang Regency)**

ABSTRACT

Oleh:

**Mohammad Irsyad Firdaus
1661255**

**Dosen Pembimbing
Dr. Siti Zuhroh, M.si
NIDN. 0011096902**

The era of free trade and globalization is marked by the expansion of products and services, causing the business competition faced by companies to become increasingly fierce. This causes company management to be required to be more careful in determining competitive strategies. To be able to compete with similar products, companies are required to be able to position their products in the minds of consumers.

Toothpaste is an important requirement for every individual in all segments and demographics, so the production of this product is very high every day in line with the high demand. For this reason, large companies such as PT. Unilever also does not want to be left behind to compete in toothpaste, so PT. Unilever creates toothpaste products, namely Pepsodent toothpaste.

The purpose of this study was to determine the effect of brand image and consumer involvement on customer loyalty of pepsodent toothpaste users in Jombang Regency. This research is an explanatory study using a quantitative approach using validity, reliability, and classical assumption tests. Respondents taken in this study were 100 respondents through a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with the results of the regression equation as follows. $Y = 1,907 + 0,616X_1 + 0,243X_2$.

Where the results in this study indicate that brand image and consumer involvement are able to encourage customer loyalty to pepsodent toothpaste products in Jombang Regency by getting the t-count of 4,471 while the t-table at the significant level $\alpha = 5\%$ is 1,98472.

Keywords: Brand Image, Customer Involvement, Customer Loyalty