

**PENGARUH *BRAND NAME* DAN *QUALITY PRODUCT*
TERHADAP *BRAND LOYALTY***

(Suatu Studi pada PT. Sinar Sosro KP Tasikmalaya)

ARTIKEL

**Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Gelar Sarjana Strata Satu**



Oleh:

TRISTI TRESNA NOVERANSA

NIM. 3402180290

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GALUH CIAMIS
2022**

PENGARUH *BRAND NAME* DAN *QUALITY PRODUCT* TERHADAP *BRAND LOYALTY*

(Suatu Studi pada PT. Sinar Sosro KP Tasikmalaya)

Oleh:

TRISTI TRESNA NOVERANSA

NIM. 3402180290

Merek merupakan salah satu aset penting dalam pemasaran sebuah produk maupun jasa. Sehingga perusahaan akan berusaha membangun dan mempertahankan merek agar dapat dikenal dan diakui keberadaannya oleh konsumen sehingga mampu meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Namun demikian berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti lakukan pada PT. Sinar Sosro KP Tasikmalaya diketahui bahwa belum optimalnya *brand loyalty* konsumen pada PT. Sinar Sosro KP Tasikmalaya yang dapat dilihat dari adanya konsumen yang lebih memilih untuk membeli produk minuman dari merek lain seperti PT. Coca Cola, PT Ultrajaya dan lain sebagainya.. Hal tersebut diperkuat oleh data volume penjualan perusahaan selama periode tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 yang cenderung berfluktuasi bahkan cenderung mengalami penurunan. Permasalahan tersebut diakibatkan oleh belum optimalnya *brand name* dan *quality product* yang dipasarkan oleh pihak perusahaan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana pengaruh *brand name* terhadap *brand loyalty* pada PT. Sinar Sosro KP Tasikmalaya?; Bagaimana pengaruh *product quality* terhadap *brand loyalty* pada PT. Sinar Sosro KP Tasikmalaya?; Bagaimana pengaruh *brand name* dan *quality product* terhadap *brand loyalty* pada PT. Sinar Sosro KP Tasikmalaya?. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis: Pengaruh *brand name* terhadap *brand loyalty* pada PT. Sinar Sosro KP Tasikmalaya; Pengaruh *product quality* terhadap *brand loyalty* pada PT. Sinar Sosro KP Tasikmalaya; Pengaruh *brand name* dan *quality product* terhadap *brand loyalty* pada PT. Sinar Sosro KP Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey *explanatory* dengan pendekatan data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah rata konsumen pada PT. Sinar Sosro KP Tasikmalaya yang melakukan pembelian pada bulan Januari - Desember 2020 yaitu sebanyak 1.154 orang, sampel yang dipilih adalah sebanyak 92 orang. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu studi kepustakaan, studi lapangan dan penyebaran angket. Dari hasil penelitian, dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *brand name* terhadap *brand loyalty* pada PT. Sinar Sosro KP Tasikmalaya. Artinya semakin baik *brand name* maka *brand loyalty* konsumen akan meningkat; Terdapat pengaruh positif dan signifikan *quality product* terhadap *brand loyalty* pada PT. Sinar Sosro KP Tasikmalaya. Artinya semakin baik *quality product* maka *brand loyalty* konsumen akan meningkat; Terdapat pengaruh positif dan signifikan *brand name* dan *quality product* terhadap *brand loyalty* pada PT. Sinar Sosro KP Tasikmalaya. Artinya semakin baik *brand name* dan *quality product* maka *brand loyalty* konsumen akan meningkat.

Kata Kunci: *Brand Name, Quality Product dan Brand Loyalty*