

PENGARUH KUALITAS MEREK, CIRI KEPRIBADIAN, DAN KEPRIBADIAN MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA OPTIK REZA LAMONGAN

*(PENGARUH OF BRAND QUALITY, PERSONALITY TRAITS, AND
BRAND PERSONALITY ON CONSUMER LOYALTY TO REZA
LAMONGAN OPTICS)*

Nikmatul Jannah

Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Islam Lamongan
Email: nikesurya@gmail.com

Website:

<https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jekma>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas merek, ciri-kepribadian dan kepribadian merek terhadap loyalitas konsumen pada Optik Reza Lamongan. Sampel penelitian ini adalah 100 Konsumen di Optik Reza Lamongan, pengambilan sampel menggunakan *random sampling* yaitu penentuan sampel yang memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel. Analisis data menggunakan Uji Regresi Linier Berganda dengan ketepatan model (uji asumsi klasik), pengujian hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi (R^2), uji persial (uji t), sedangkan pengolahan data menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas merek menjelaskan keberadaannya terhadap variabel loyalitas konsumen, selain itu secara persial ciri kepribadian, dan kepribadian merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci:

Kualitas merek, Ciri kepribadian, Kepribadian merek, Loyalitas Konsumen

Keywords : *Brand Quality, Personality Traits, Brand Personality, Consumer Loyalty*

Abstract

The purpose of this study was to determine whether there is an influence of brand quality, personality traits and brand personality on consumer loyalty in Optics Reza Lamongan. The sample of this study was 100 Consumers in Optics Reza Lamongan, sampling using random sampling is the determination of samples that provide equal opportunity for each member of the population to be sampled. Data analysis using Multiple Linear Regression Test with the accuracy of the model (classic assumption test), hypothesis testing using the coefficient of determination test (R^2), persial test (t test), while processing data using SPSS 26. The results showed that brand quality explained its existence against variables consumer loyalty, besides that

Alamat Kantor:

personality characteristics, and brand personality have a positive and significant effect on consumer loyalty.

DAFTAR PUSTAKA

- FandyTjiptono(2002:5),kualitasproduk<http://skripsikonsultasi.blogspot.com/2008/05/dimensikualitas-produk.htm>.
- KotlerdanGaryArmstrong(2007:70)<http://www.journal.unair.ac.id/filer/PDF/06%20%20Strategi%20Perluasan%20Merek%20dan%20Loyalitas%20Konsumen.pdf>
- Gramer dkk.,(dalam Utomo 2006: 27)
<http://wnugros.blogspot.com/2005/11/loyalitas-konsumen.html>
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu pendekatan praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. (1999). *Manajemen Produksi dan Operasi Edisi Revisi*. Jakarta: FakultasEkonomiUniversitas Indonesia.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Diponegoro.
- Herjanto, Eddy. 2007. *Manajemen Operasi*. Edisi Ketiga. Jakarta : PT Grasindo.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV.Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono, 2015. *Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Yamit, Zulian (2003). *Manajemen Produksi dan Operasi (Edisi II)*. Yogyakarta: Ekonisia.