

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN BRAND IMAGE AND BRAND LOYALTY AMONG 2024 BATCH STUDENTS USING LOCAL SKINCARE AT THE FACULTY OF DENTISTRY, ANDALAS UNIVERSITY

This research was conducted at the Faculty of Dentistry, Andalas University. The independent variable in this study is Brand Image, while the dependent variable is Brand Loyalty. The measuring instruments used are the Brand Image Scale and the Brand Loyalty Scale. The sampling technique used in this study is non-probability sampling with a purposive sampling approach. According to Sugiyono (as cited in Ani et al., 2021), purposive sampling is a sampling technique based on specific considerations. This means that the selection of samples is determined by predefined criteria set by the researcher. The sample in this study consists of students who use local skincare products at the Faculty of Dentistry, Andalas University, Class of 2024, with a total of 55 individuals. The trial results showed that the validity coefficient for Brand Image ranged from 0.324 to 0.747, with a reliability coefficient of 0.928. For Brand Loyalty, the validity coefficient ranged from 0.313 to 0.730, with a reliability coefficient of 0.915. Based on data analysis, a correlation of 0.000 was obtained with a significance level of 0.000, indicating that the hypothesis is accepted. This confirms a relationship between Brand Image and Brand Loyalty among students using local skincare at the Faculty of Dentistry, Andalas University, with Brand Image contributing 72% to Brand Loyalty.

Keywords: Brand Image, Brand Loyalty, Local Skincare

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK DENGAN LOYALITAS MEREK PADA MAHASISWA PENGGUNA SKINCARE LOKAL DI FAKULTAS KEDOKTERAN GIGI ANGKATAN 2024 UNIVERSITAS ANDALAS

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Andalas. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Citra Merek sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas Merek. Alat ukur yang digunakan adalah skala Citra Merek dan Skala Loyalitas Merek. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (dalam Ani dkk, 2021) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Artinya pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan terlebih dahulu oleh peneliti. Karakteristik sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu mahasiswa pengguna *skincare* lokal di Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Andalas Angkatan 2024 dengan jumlah 55 orang. Hasil uji coba menunjukkan koefisien validitas pada citra merek berkisar dari 0,324 sampai dengan 0,747 sedangkan koefisien reliabilitas sebesar 0,928. Pada loyalitas merek koefisien validitas berkisar dari 0,313 sampai dengan 0,730 sedangkan koefisien reliabilitas sebesar 0,915. Berdasarkan analisis data, diperoleh korelasi sebesar 0,000 dengan taraf signifikansi 0,000 yang berarti hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terhadap hubungan antara citra merek dengan loyalitas merek pada mahasiswa pengguna *skincare* lokal di Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Andalas dengan sumbangan efektif citra merek dengan loyalitas merek pada mahasiswa pengguna *skincare* lokal di Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Andalas sebesar 72%.

Kata Kunci: Citra Merek, Loyalitas Merek, *Skincare* Lokal