

ABSTRAK

Semakin berkembangnya zaman maka persaingan didunia usaha semakin kompetitif, hal ini tentu saja membuat setiap perusahaan harus mampu mengatur kualitas dari produk yang dipasarkan. Berbagai strategi yang dapat dilakukan agar terciptanya loyalitas pelanggan yaitu dengan mengembangkan citra merek, kualitas produk, promosi dan menjaga hubungan pelanggan. Oleh sebab itu, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu untuk menguji pengaruh citra merek, kualitas produk, promosi dan hubungan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada usaha angga furniture dimana Variabel penelitian yaitu Citra Merek(X1) Kualitas Produk (X2) Promosi (X3) Hubungan Pelanggan (X4) dan Loyalitas Konsumen (Y).

Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang pernah melakukan transaksi di usaha angga furniture Cara pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 51 responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah SMART PLS 3.0

Hasil penelitian yang didapat yaitu : a). Terdapat pengaruh yang signifikan antara Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen. (b). Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen. (c). Terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi terhadap Loyalitas Konsumen. (d). Terdapat pengaruh yang signifikan antara Hubungan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen (e). Terdapat pengaruh yang signifikan antara Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi dan Hubungan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen

Kata kunci: *Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi dan Hubungan Pelanggan, Loyalitas Konsumen*

ABSTRACT

With the development of the times, the competition in the business world is increasingly competitive, this of course makes every company must be able to regulate the quality of the products marketed. Various strategies can be done to create customer loyalty, namely by developing brand image, product quality, promotion and maintaining customer relationships. Therefore, the goal to be achieved in this study is to examine the effect of brand image, product quality, promotion and customer relations on consumer loyalty in the angga furniture business where the research variable is Brand Image (X1) Product Quality (X2) Promotion (X3) Customer Relations (X4) and Consumer Loyalty (Y).

In this study, the population is consumers who have done transactions in the angga furniture business. The sampling method uses purposive sampling technique with a sample of 51 respondents. Data was collected using a questionnaire. The analytical method used is SMART PLS 3.0

The research results obtained are: a). There is a significant influence between Brand Image on Consumer Loyalty. (b). There is a significant influence between Product Quality on Consumer Loyalty. (c). There is a significant influence between Promotions on Consumer Loyalty. (d). There is a significant influence between Customer Relations on Consumer Loyalty (e). There is a significant influence between Brand Image, Product Quality, Promotion and Customer Relations on Consumer Loyalty

Keywords: Brand Image, Product Quality, Promotion and Customer Relations, Consumer Loyalty