

ABSTRAK

Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan, mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh brand image dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada distro Hyb Supply Bandung baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sample 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan menyebarkan kuisioner. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, korelasi ganda dan koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan besar pengaruh brand image dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada distro Hyb Supply Bandung dapat dikatakan cukup baik. Brand image memberikan pengaruh yang lebih kecil pada loyalitas pelanggan dibandingkan dengan harga terhadap loyalita pelanggan.

Kata Kunci : Brand Image, Harga dan Loyalitas Pelanggan

ABSTARCT

Marketing management is the art and science of choosing target market and seize, retain, and grow customers by creating, delivering, and communicating superior customer value.

This stdy aim to determine how much influence the brand image and price to customers loyalty at distro Hyb Supply Bandung either partialy or simuntaneously. The method used in descriptive and verification with a sample of 100 respondents. Data collection techniques used were observation, interviews and distributing questionnaires. Data analysis method used is multiple linier regression, multiple correlation and coeffiecient of determination and hypothesis testing.

The result showed the influence of brand image and price to customers loyalty at distro Hyb Supply Bandung can be quite good. Partially brand image less influence to customers loyalty, while the price greater influence at the customers loyalty.

Keywords : Brand Image, Price and Customers Loyalty