

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara citra merek dengan loyalitas konsumen di warung Goyam cabang Pandeyan Yogyakarta. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara citra merek dengan loyalitas konsumen di warung Goyam cabang Pandeyan Yogyakarta. Subyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah 30 konsumen warung Goyam dengan ciri - ciri remaja yang berusia 12-23 tahun. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode skala *Likert*. Sedangkan teknik analisis data yang di gunakan untuk menguji pengaruh 1 variabel bebas dan 1 variabel tergantung dalam penelitian ini adalah teknik analisis korelasi *Product Moment*. Hasil analisis korelasi antara citra merek dengan loyalitas konsumen diperoleh koefisien korelasi(r_{xy}) = 0,437 dan $p = 0,008$, artinya ada hubungan positif antara citra merek dengan loyalitas konsumen.

Kata kunci : citra merek, loyalitas konsumen.

ABSTRACT

This study aims to determine the correlation between brand image and customer loyalty in the Pandeyan branch of Goyam Restaurant in Yogyakarta. The hypothesis proposed in this research is that there is a positive correlation between brand image and customer loyalty in the Pandeyan branch of Goyam Restaurant in Yogyakarta. The subjects used in this research were 30 adolescents consumers of Goyam and age ranging from 12-23 years old. The data collection method used is a Likert scale. While the data analysis technique used to test the effect of 1 independent variable and 1 dependent variable in this research is the Product Moment correlation analysis. The results of the correlation analysis between brand image and customer loyalty obtained a correlation coefficient (r_{xy}) = 0.437 and $p = 0.008$, meaning that there is a positive correlation between brand image and consumer loyalty.

Keywords: *brand image, customer loyalty*