

ABSTRAK

Zebua, Lesnawati. 2025. *Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Vivin Kota Gunungsitoli*. Pembimbing Serniati Zebua, SE.M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Kota Gunungsitoli. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli lebih dari satu kali di toko Vivin Gunungsitoli yang berjumlah 90 orang dari populasi pembeli sebanyak 889 orang selama satu tahun terakhir. Metode yang digunakan pada penelitian ini metode penelitian kuantitatif, dengan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk hasil uji hipotesis diperoleh dari nilai t hitung sebesar 0,830 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Dimana batas signifikan sebesar 0,05 dengan nilai t tabel sebesar 0,2072 yang menunjukkan bahwa nilai t hitung $>$ t tabel ($0,830 > 0,2072$) yang artinya H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh identitas merek terhadap loyalitas konsumen pada Toko Vivin Kota Gunungsitoli. Dan untuk uji koefisien determinasi R Square (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,690 yang kemudian dimasukkan ke dalam rumus $KD = r^2 \times 100\%$ atau $KD = 0,690 \times 100\% = 69\%$. Sehingga pengaruh strategi pemasaran produk terhadap peningkatan volume penjualan sebesar 69 % dan Sisanya sebesar 31% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, seperti faktor harga, kualitas produk, pelayanan, atau aspek-aspek lainnya yang mungkin turut mempengaruhi loyalitas konsumen..

Kata Kunci: Identitas Merek Dan Loyalitas Konsumen.

ABSTRAK

Zebua, Lesnawati. 2025. *The Influence of Brand Identity on Consumer Loyalty at Store Vivin Gunungsitoli City*. Supervisor Serniati Zebua, SE.M.Si

This study aims to determine the influence of brand identity on consumer loyalty at Toko Vivin in Gunungsitoli City. The sample in this study consisted of 90 consumers who had made purchases more than once at Toko Vivin within the past year. The research method used is quantitative, with data analysis performed using simple linear regression. The results of the study indicate that the hypothesis test yielded a t-value of 0.830 with a significance value of 0.000. With a significance threshold of 0.05 and a t-table value of 0.2072, it shows that $t\text{-count} > t\text{-table}$ ($0.830 > 0.2072$), which means the alternative hypothesis (H_a) is accepted and the null hypothesis (H_o) is rejected. Thus, it can be concluded that brand identity has an influence on consumer loyalty at Toko Vivin in Gunungsitoli City. In the coefficient of determination (R Square) test, a value of 0.690 was obtained. When converted using the formula $KD = r^2 \times 100\%$, the result is 69%. This means that brand identity contributes 69% to the increase in consumer loyalty, while the remaining 31% is influenced by other variables not included in this research model, such as price, product quality, service, or other factors that may affect consumer loyalty.

Keywords: Brand Identity, Consumer Loyalty.