

ABSTRAK

Judul : **Hubungan Antara *Brand Image* Dengan Loyalitas Konsumen Pengguna Produk Pasta Gigi Merek Pepsodent**
Nama : Astri Sepfiani Nora
Pembimbing : Yanladila Yeltas Putra, S.Psi., M.A

Kebersihan gigi merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia. Untuk membersihkan gigi dapat menggunakan pasta gigi. Salah satu merek pasta gigi favorit masyarakat adalah pepsodent. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara *brand image* dengan loyalitas konsumen pengguna produk pasta gigi merek pepsodent.

Desain penelitian ini adalah kuantitatif korelasional. Partisipan penelitian ini berjumlah 100 orang pengguna pasta gigi merek pepsodent (laki-laki 30; perempuan 70) rentang usia 17-25 tahun. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *sampling incidental*. Pengumpulan data berupa kuesioner yang menggunakan skala *brand image* (V: 0,30; R: 0,903) dan skala loyalitas konsumen (V: 0,30; R: 0,925).

Pengujian hipotesis penelitian menggunakan teknik korelasi *product moment*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara *brand image* dengan loyalitas konsumen pengguna produk pasta gigi merek pepsodent ($r_{xy} : 0,617$; $p = 0,000$ ($p < 0,01$)). Artinya semakin tinggi *brand image* maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen, begitupun sebaliknya.

Kata kunci : citra merek, loyalitas konsumen, pasta gigi.