

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Association*, Persepsi Kualitas dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Nyoklat Klasik Bu Dendy Tulungagung” ini ditulis oleh Afina Lailatul Khasanah, NIM. 126405203237 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Dosen Pembimbing Rendra Erdkhadifa, M.Si.

Penelitian ini di latarbelakangi oleh perkembangan bisnis kuliner di Kabupaten Tulungagung yang semakin meningkat sehingga para pelaku bisnis berupaya untuk meningkatkan penjualannya. Namun hal tersebut memiliki banyak kendala dikarenakan banyak industri kuliner yang membuat konsumen mudah beralih ke kompetitor. Untuk itu diperlukan strategi yang tepat guna mempertahankan konsumen dan menjaga loyalitas konsumen. strategi tersebut dengan meningkatkan *brand awareness*, *brand association*, persepsi kualitas dan inovasi produk.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui pengaruh *brand awareness* secara signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Nyoklat Klasik Bu Dendy 2) Untuk mengetahui pengaruh *brand association* secara signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Nyoklat Klasik Bu Dendy 3) Untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas secara signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Nyoklat Klasik Bu Dendy 4) Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk secara signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Nyoklat Klasik Bu Dendy

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel yang digunakan adalah *non probability* dengan teknik *quota sampling*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Nyoklat Klasik Bu Dendy. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan *software* SmartPLS3 dengan 3 pengujian yaitu *outer model* yang meliputi uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan dan uji reliabilitas. Pengujian kedua menggunakan uji *inner model* yang meliputi pengujian  $R^2$ , analisis *effect size* dan  $Q^2$ . Dan yang terakhir pengujian hipotesis.

Hasil dari penelitian ini adalah 1) *Brand awareness* dan *brand association* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen Nyoklat Klasik Bu Dendy 2) Persepsi kualitas dan inovasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen Nyoklat Klasik Bu Dendy.

**Kata Kunci:** *Brand Association*, *Brand Awareness*, Inovasi Produk, Loyalitas Konsumen, Persepsi Kualitas

## **ABSTRACT**

*The thesis with the title "The Influence of Brand Awareness, Brand Association, Perception of Quality and Product Innovation on Consumer Loyalty in Nyoklat Classic Bu Dendy Tulungagung" was written by Afina Lailatul Khasanah, NIM. 126405203237 Sharia Business Management Study Program, Supervisor Rendra Erdkhadifa, M.Si.*

*This research is motivated by the increasing development of the culinary business in Tulungagung Regency so that business people are trying to increase their sales. However, this has many obstacles because many culinary industries make it easy for consumers to switch to competitors. For this reason, the right strategy is needed to retain consumers and maintain consumer loyalty. This strategy is to increase brand awareness, brand association, perceived quality and product innovation.*

*The objectives of this research are 1) To determine the significant influence of brand awareness on consumer loyalty at Bu Dendy's Nyoklat Classic 2) To determine the significant influence of brand association on consumer loyalty at Bu Dendy's Nyoklat Classic 3) To determine the significant influence of perceived quality on loyalty consumers at Bu Dendy's Nyoklat Classic 4) To determine the significant influence of product innovation on consumer loyalty to Bu Dendy's Nyoklat Classic*

*The research method used in this research is a quantitative method with an associative type of research. The sample used is non-probability with quota sampling technique. The total sample was 100 respondents. This research uses primary data obtained by distributing questionnaires to Bu Dendy's Nyoklat Classic consumers. This research uses data analysis with SmartPLS3 software with 3 tests, namely the outer model which includes convergent validity test, discriminant validity test and reliability test. The second test uses an inner model test which includes R<sup>2</sup> testing, effect size and Q<sup>2</sup> analysis. And finally hypothesis testing.*

*The results of this research are 1) Brand awareness and brand association do not have a significant effect on consumer loyalty for Nyoklat Classic Bu Dendy. 2) Perceptions of product quality and innovation have a significant effect on consumer loyalty for Nyoklat Classic Bu Dendy.*

***Keywords: Brand Association, Brand Awareness, Product Innovation, Consumer Loyalty, Perception of Quality***