

ABSTRAK

Katering Trengginas Jaya merupakan layanan katering yang dimiliki oleh PT Trengginas Jaya didukung oleh cita rasa yang unik. Semakin meningkatnya persaingan bisnis dalam usaha katering, maka Katering Trengginas Jaya dituntut dapat terus membuat citra merek yang lebih baik lagi untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Citra merek merupakan sekumpulan keyakinan terhadap suatu merek. Loyalitas konsumen merupakan konsumen yang merasa puas dengan sebuah merek dan melakukan pembelian berulang. Jumlah dari responden dalam penelitian ini adalah 100 responden yang pernah menggunakan jasa Katering Trengginas Jaya di Gegerkalong, Bandung, Jawa Barat dengan menggunakan teknik *non probability sampling*, teknik yang dipilih yaitu teknik sampling insidental atau teknik penentuan. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan Uji t. Dari hasil penelitian didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 15,725 hasil ini lebih besar dari t_{tabel} 1,984. Dimana apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Dari hasil penelitian ini juga diketahui R square yaitu sebesar 71,6% citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, sedangkan 28,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci :

Citra merek, loyalitas konsumen, katering trengginas jaya