

ABSTRAK

Afridha Nurrahmi, 2023 : Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Product Quality* Terhadap *Brand Loyalty* Pada Produk *Sunscreen Azarine* Di Kota Tanjungpinang. Dosen Pembimbing Hj. Iranita, SE., M.Si dan Kiki Wulandari, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, Dan *Product Quality* Terhadap *Brand Loyalty* Pada Produk *Sunscreen Azarine* Di Kota Tanjungpinang. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat Kota Tanjungpinang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang pernah menggunakan produk *sunscreen azarine* di Kota Tanjungpinang. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang berasal dari kuesioner. Data yang terkumpul selanjutnya diuji menggunakan aplikasi *Smart Pls 3.0*. Hasil penelitian ini yaitu *brand awareness* tidak berpengaruh terhadap *brand loyalty*, *brand image* tidak berpengaruh terhadap *brand loyalty*, dan *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*. Untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dan meneruskan penelitian ini dengan menggunakan variabel-variabel lain yang berhubungan dengan variabel dependen baik yang berasal dari dalam maupun luar perusahaan supaya mendapat hasil yang lebih baik dengan memperluas wilayah penelitian serta mencari populasi yang berbeda.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, *Brand Image*, *Product Quality*, *Brand Loyalty*.

ABSTRACT

Afridha Nurrahmi, 2023 : The Influence Of Brand Awareness, Brand Image, And Product Quality On Brand Loyalty For Azarine Sunscreen Products In Tanjungpinang City. Advisory Lecturer Hj. Iranita, SE., M.Si and Kiki Wulandari, SE., MM.

This study aims to determine the effect of brand awareness, brand image, and product quality on brand loyalty for azarine sunscreen in Tanjungpinang City. This research uses quantitative research. The population in this study is the entire community of Tanjungpinang City. The sample in this study amounted to 100 people who had used the azarine sunscreen products in Tanjungpinang City. The data used in this study are primary data derived from questionnaires. The data collected and tested using the Smart PLS 3.0 analysis application. The results of this study are brand awareness has no effect on brand loyalty, brand image has no effect on brand loyalty, and product quality has a positive and significant effect on brand loyalty. Suggestions for further researchers can develop and continue this research using other variables related to dependent variables, both within and outside the company, in order to get better results by expanding the area of research as well as looking for different populations.

Keyword: Brand Awareness, Brand Image, Product Quality, Brand Loyalty.