

**PENGARUH *EMOTIONAL BRANDING* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Produk BG skin Di Jombang)**

ABSTRAK

Oleh :

Dinda Febriana Putri

Dosen Pembimbing :

Nuri Purwanto,S.ST.,MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh secara signifikan *emotional branding* dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan produk BG Skin di Jombang. Penelitian menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Populasi adalah semua pelanggan produk BG Skin di Jombang dengan sampel berjumlah 100 responden, analisa data menggunakan metode statistik regresi linier berganda, pengujian hipotesis dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka ditarik kesimpulan bahwa *emotional branding* dan kualitas produk memiliki kontribusi yang baik dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan, sehingga semakin tinggi *emotional branding* maka semakin tinggi loyalitas pelanggan. Kualitas produk memiliki kontribusi yang baik dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan, sehingga semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Emotional branding*, kualitas produk dan loyalitas pelanggan