

ABSTRAK

Dalam penelitian ini penulis mengambil judul "Pengaruh *Brand Image* dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen PT Enseval Medika Prima". Tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengetahui tanggapan responden mengenai *brand image*, promosi dan mengetahui tingkat loyalitas konsumen konsumen PT Enseval Medika Prima, mengetahui pengaruh *brand image* dan promosi terhadap loyalitas Konsumen PT. Enseval Medika Prima.

Untuk mengukur dan menganalisa hubungan antara variabel-variabel tersebut di atas penulis menyebarkan kuesioner pada 30 responden rumah sakit. Kemudian dari hasil tanggapan responden yang dilakukan dengan metode statistik yaitu dengan statistik deskriptif., uji validitas dan uji reliabilitas, analisis koefisien korelasi *spearman rank*, statistik uji F (simultan), statistik uji t (parsial) dan analisis koefisien determinasi.

Dari hasil penelitian bahwa tanggapan sebagian besar responden terhadap pelaksanaan *brand image* dapat dikatakan baik atau setuju dan tanggapan terhadap promosi dapat dikatakan baik atau setuju serta tanggapan terhadap loyalitas konsumen PT Enseval Medika Prima dapat dikatakan baik atau setuju.

Hubungan antara variabel *brand image* dengan loyalitas konsumen yaitu sebesar 0,628 atau dengan persentase sebesar 62,8%, maka dapat disimpulkan bahwa besarnya hubungan antara *brand image* dan loyalitas konsumen menunjukkan hubungan yang kuat dan positif, dan hubungan antara variabel promosi dengan loyalitas konsumen yaitu sebesar 0,864 atau dengan persentase sebesar 86,4%, maka dapat disimpulkan bahwa besarnya hubungan antara promosi dan loyalitas konsumen menunjukkan hubungan yang sangat kuat dan positif (searah).

Secara parsial ada pengaruh signifikan antara *brand image* terhadap loyalitas konsumen dan secara parsial ada pengaruh signifikan antara promosi terhadap loyalitas konsumen. Ada pengaruh secara simultan antara *brand image* dan promosi terhadap loyalitas konsumen. Besarnya pengaruh *brand image* dan promosi terhadap loyalitas konsumen PT Enseval Medika Prima adalah sebesar 79%, artinya loyalitas konsumen dipengaruhi oleh *brand image* dan promosi sebesar 79%, sedangkan sisanya sebesar 21% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini, misalnya: harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan lainnya dan lainnya.

Kata kunci: *Brand Image*, Promosi dan Loyalitas Konsumen