

ABSTRAK

Gudang adalah nyawa suatu perusahaan karena didalam gudang terdapat asset terbesar perusahaan. Di Indonesia semakin hari harga tanah semakin mahal sehingga untuk membangun sebuah gudang memerlukan biaya investasi yang sangat besar juga. Salah satu cara yang digunakan untuk memaksimalkan penggunaan volume yaitu menggunakan sistem racking. dengan menyusun barang tersebut tinggi keatas dapat membuat penggunaan gudang lebih efisien dan PT. Kawan Lama Sejahtera adalah salah satu distributor yang menyediakan product tersebut

Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah citra perusahaan, citra merek Krisbow dan kualitas produk dapat membentuk loyalitas konsumen terhadap produk rack. PT. Kawan Lama memiliki pengalaman lebih dari 54 tahun diindustri perdagangan perkakas perkakas untuk kebutuhan Industri. Rack PT. Kawan Lama menggunakan bermerek Krisbow merupakan produk China dimana dimata masyarakat produk China merupakan produk yang ekonomis dengan kualitas yang tidak telalu baik. Untuk mengetahui posisi dari product rak ini maka dilakukan penelitian untuk mengetahui pendapat konsumen yang telah memakainya. Untuk mengetahuinya maka disebarakan kuisisioner ke konsumen yang telah memakainya. Setelah mendapatkan data maka dilakukan beberapa analisis dengan menggunakan metode *Non Probability Sampling – Purposive Sampling*, analisis deskriptif, analisa faktor dan analisis regresi berganda. Dari analisis tersebut diketahui PT. Kawan Lama memiliki citra yang baik di mata konsumennya, citra merek krisbow cukup baik,dan kualitas produk rak juga cukup baik. Sehingga dapat membentuk loyalitas konsumen terhadap produk rak ini. Pada analisis regresi didapatkan hasil yang menyebutkan citra perusahaan tidak terlalu mempengaruhi pembentukan loyalitas tetapi yang sangat mempergaruhi loyalitas konsumen adalah citra dari merek Krisbow dan kualitas dari product rack itu sendiri.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah bahwa selain Citra merek produk dan Kualitas produk yang baik harus pula didukung oleh citra perusahaan yang baik pula agar dapat membentuk kepercayaan konsumen sehingga terbentuk loyalitas konsumen.