

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product innovation and self-image congruity on brand loyalty with brand prestige as intervening variable (Study on Batik Danar Hadi customer). Data were obtained through a survey by distributing questionnaires to 150 respondents in outlets Batik Danar Hadi visitors. The sampling technique used was purposive sampling, while analysis tools used Structural Equation Modeling (SEM) in LISREL program. The results of the research hypotheses indicate that product innovation does't have a significant influence on brand prestige, self-image congruity has a significant influence on brand prestige, brand prestige has a significant influence on brand loyalty, product innovation have a significant influence on brand loyalty, as well as self-image congruity have a significant influence on brand loyalty. The research model tested in this study were able to meet the criteria for eligibility testing models.*

**Keywords:** *product innovation, self-image congruity, brand prestige and brand loyalty.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan kesesuaian citra diri terhadap loyalitas merek dengan prestise merek sebagai variabel *intervening* (kajian pada pelanggan Batik Danar Hadi). Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 150 responden pada pengunjung Batik Danar Hadi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) pada program LISREL. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa inovasi produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap prestise merek, kesesuaian citra diri memiliki pengaruh signifikan terhadap prestise merek, prestise merek memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas merek, inovasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas merek, serta kesesuaian citra diri memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas merek. Model penelitian yang diuji dalam penelitian ini mampu memenuhi kriteria pengujian kelayakan model.

**Kata kunci:** inovasi produk, kesesuaian citra diri, prestise merek dan loyalitas merek.

