

***The Influence Of Brand Image, Price, And Halal Certification On Brand
Loyalty At Zoya***

By Hanifah

Abstract

The growth of the halal industry sector in Indonesia in recent years is experiencing very fast growth, one of which is the halal fashion industry. Seeing the rapid development of the Muslim fashion business will certainly make the competition of the business tight, one of the brands that experience competition is Zoya. In 2016 Zoya received the top brand award, but the percentage value of the brand survey on Zoya experienced instability in the next few years with the meaning that zoya consumers had decreased and resulted in a decrease in brand loyalty. Based on this, this study aims to determine the influence of brand image, price, and halal certification on brand loyalty to Zoya. Using quantitative research methods with secondary and primary data and a sample of 404 respondents who fit the criteria. The data analysis techniques used in this study are classical assumption testing, multiple linear regression, and hypothesis testing. The results obtained in this study are that the brand image variable has a significant effect on brand loyalty, then the price variable affects brand loyalty, and the halal certification variable affects brand loyalty. Furthermore, results are obtained simultaneously or simultaneously that the variables of brand image, price, and halal certification have a significant effect on brand loyalty.

Keywords: *brand image, brand loyalty, halal certification, price.*

Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Sertifikasi Halal Terhadap Loyalitas Merek Pada Zoya

Oleh Hanifah

Abstrak

Pertumbuhan sektor industri halal di Indonesia beberapa tahun terakhir tengah mengalami pertumbuhan yang sangat cepat salah satunya yaitu industri halal *fashion*. Melihat perkembangan bisnis busana muslim yang demikian pesat tentunya akan membuat ketatnya persaingan bisnis, salah satu merek yang mengalami persaingan yaitu Zoya. Pada tahun 2016 Zoya mendapatkan penghargaan *top brand award*, akan tetapi nilai presentase *brand survey* pada Zoya ini mengalami ketidakstabilan pada beberapa tahun selanjutnya dengan artian konsumen zoya mengalami penurunan dan mengakibatkan penurunan pada loyalitas merek. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, dan sertifikasi halal terhadap loyalitas merek pada Zoya. Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan data sekunder dan primer serta sampel sebanyak 404 responden yang sesuai dengan kriteria. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji asumsi klasik, regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini yaitu variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek, kemudian variabel harga berpengaruh terhadap loyalitas merek, serta variabel sertifikasi halal berpengaruh terhadap loyalitas merek. Selanjutnya diperoleh hasil secara simultan atau bersamaan bahwa variabel citra merek, harga, dan sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek.

Kata kunci: citra merek, harga, loyalitas merek, sertifikasi halal