

***The Effect of Brand Image, Product Quality, and Halal Awareness on
Consumer Loyalty of Bejo Jahe Merah Products in Bekasi City***

By Riyan Malik Fajar

Abstract

The increasing competition in Indonesia's herbal beverage industry, coupled with the relatively low ranking of Bejo Jahe Merah compared to its competitors based on the Top Brand Index, indicates that the product faces challenges in maintaining its market competitiveness. This condition suggests a gap between the product's potential and the level of consumer loyalty in the market. This study aims to analyze the influence of brand image, product quality, and halal awareness on consumer loyalty toward Bejo Jahe Merah products in Bekasi City. This study employed a quantitative approach using primary data collected through questionnaires distributed to 100 consumers of Bejo Jahe Merah in Bekasi City selected through purposive sampling. The data were analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) method based on Partial Least Squares (PLS). The results indicate that brand image, product quality, and halal awareness each have a positive and significant effect on consumer loyalty. These findings highlight the importance of strengthening brand image, improving product quality, and enhancing halal awareness as key strategies to increase consumer loyalty toward Bejo Jahe Merah products in Bekasi City.

Keywords: brand image, halal awareness, product quality, consumer loyalty.

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kesadaran Halal terhadap Loyalitas Konsumen Produk Bejo Jahe Merah di Kota Bekasi

Oleh Riyan Malik Fajar

Abstrak

Meningkatnya persaingan dalam industri minuman herbal di Indonesia serta masih rendahnya posisi produk Bejo Jahe Merah dibandingkan para pesaingnya berdasarkan *Top Brand Index* menunjukkan bahwa produk tersebut menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saing di pasar. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan antara potensi produk dengan tingkat loyalitas konsumen di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan kesadaran halal terhadap loyalitas konsumen produk Bejo Jahe Merah di Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen Bejo Jahe Merah di Kota Bekasi dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk dan kesadaran halal masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan citra merek, peningkatan kualitas produk dan peningkatan kesadaran halal merupakan faktor penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen produk Bejo Jahe Merah di Kota Bekasi.

Kata Kunci : citra merek, kesadaran halal, kualitas produk, loyalitas konsumen