

***Analysis of Brand Loyalty on YouC1000 Customer (Case Study on  
Heathy drink)***

**By Tito Muhamad**

***Abstract***

*This research is a quantitative study that aims to determine the effect of customer satisfaction, promotion and brand image on brand loyalty. The population in this study were the consumer of YouC1000 age between 15-30. The sample size was taken as many as 75 respondents, with non-probability sampling technique sampling with purposive sampling method. Data collection is done through the pread of google form online questionnaires. The analysis technique used is the inferential analysis method through PLS (Partial Least Square) with SmartPLS 3.2 software. The results of this study indicate that (1) customer satisfaction has a positive and significant effect on brand image (with a coefficient of 0,490) and brand loyalty (with a coefficient of 0,229) directly, (2) promotion has a positive and significant effect on brand image (with a coefficient of 0,311) and brand loyalty (with a path coefficient of 0,541) directly, (3) brand Image hasn't any effect on brand loyalty with a coefficient of 0,186, (4) customer satisfaction and promotion throught brand image hasn't any effect on brand loyalty. And has R-Square Adjusted Value of 0,685.*

***Keywords:*** *Brand loyalty, customer satisfaction, promotion, brand image, healthy  
drink*

**ANALISIS LOYALITAS MEREK PADA KONSUMEN MINUMAN  
YOU C1000 (STUDI KASUS MINUMAN KESEHATAN)**

**Oleh Tito Muhamad**

**Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan, promosi dan citra merek terhadap loyalitas merek serta pengaruh citra merek sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah target demografi konsumen YouC1000 berusia 15-30 tahun. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 responden, dengan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan metode sampel *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner online berbentuk *google form*. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis inferensial melalui PLS (*Partial Least Square*) dengan software SmartPLS 3.2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,490, (2) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,229, (3) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,311, (4) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,541, (5) Citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas merek dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,186, (6) Kepuasan pelanggan melalui citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas merek, (7) promosi melalui citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas merek. Serta memiliki nilai R-Square adjusted sebesar 0,685.

**Kata Kunci** : Loyalitas merek, kepuasan pelanggan, promosi, citra merek, minuman kesehatan