

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis peran citra merek dalam membentuk loyalitas konsumen pada produk es krim WALL'S mengingat semakin banyaknya produk es krim dengan berbagai merek serta menghadirkan inovasi baru serta menarik yang beredar di Indonesia membuat WALL'S berupaya dengan berbagai cara dan strategi untuk menghadapi para pesaingnya tersebut, salah satunya dengan menciptakan citra merek yang positif pada produk sehingga akan berdampak dengan timbulnya rasa percaya konsumen pada produk WALL'S.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengamatan dan wawancara dengan sampel yang dianggap dapat mewakili populasi dari penelitian yaitu pelajar, mahasiswa dan karyawan yang mengkonsumsi produk es krim WALL'S. Pengamatan dilakukan dengan melihat kebiasaan para sampel dalam membeli es krim sedangkan pengambilan data dilakukan di toko penjual es krim untuk karyawan dan di rumah untuk responden pelajar dan mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian, upaya WALL'S dalam menciptakan citra merek terbukti mampu membentuk loyalitas konsumen pada produk WALL'S. Upaya yang dilakukan WALL'S dalam menciptakan citra merek seperti melakukan kegiatan pemasaran efektif melalui berbagai media serta promo berhadiah kepada para konsumennya, menciptakan inovasi baru pada produk-produknya, pelayanan distribusi yang baik dan komitmen mempertahankan kualitas produk dan pelayanan.

Kata kunci : Peranan, Citra merek, Loyalitas konsumen, WALL'S, Es krim

ABSTRACT

This study was conducted to analyze the role of brand image in shaping consumer loyalty on ice cream products WALL'S considering the increasing number of ice cream products with different brands and bring new innovations and attract circulating in Indonesia makes WALL'S attempt in various ways and strategies to deal with its rivals such, one of them by creating a positive brand image on a product that will have an impact with the emergence of consumer confidence in the product WALL'S.

In this study, the authors use the method of observation and interviews with a sample which is considered to represent the population of the research is the students and employees who consume ice cream products WALL'S. Observations made with the viewing habits of the samples in an ice cream cone while the data collection is done in shops selling ice cream for employees and home to the respondent students.

Based on the research results, efforts WALL'S in creating a brand image proved to be capable of forming consumer loyalty WALL'S products. WALL'S efforts made in creating a brand image as an effective marketing activities through various media and promo prizes to the customers, create new innovations in its products, services good distribution and a commitment to maintain the quality of products and services.

Keywords: Role, brand image, customer loyalty, WALL'S , Ice cream