

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Equity* produk Sunlight terhadap loyalitas konsumen di Toserba Griya Buah Batu. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana *brand equity* produk Sunlight di Toserba Griya Buah Batu, bagaimana loyalitas konsumen Toserba Griya buah Batu dan bagaimana pengaruh *brand equity* produk Sunlight terhadap loyalitas konsumen di Toserba Griya Buah Batu. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode verifikatif dan deskriptif. Populasi diambil dari rata-rata konsumen di Griya Buah Batu Bandung yang melakukan transaksi. Teknik analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dan uji asumsi klasik. Berdasarkan perhitungan statistik dengan menggunakan program SPSS, bahwa *brand equity* mempunyai pengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 17,22%, sedangkan sisanya sebesar 82,78% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah pengaruh *brand equity* produk Sunlight terhadap loyalitas konsumen di Toserba Griya Buah Batu mempunyai hubungan yang signifikan dan positif.

**Keyword: Brand Loyalty, Loyalitas Pelanggan dan Regresi Linear Berganda**