

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN TUPPERWARE DI KOTA BANDUNG

Ditulis oleh :
Ikhsan Al-Hafidz

Dibimbing oleh :
Fitri Lestari, S.Pd., M.M.

ABSTRAK

Tupperware merupakan perusahaan yang dikenal luas karena produk-produknya yang inovatif dalam menyediakan solusi penyimpanan makanan yang praktis dan ramah lingkungan. Namun, dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, perusahaan Tupperware dan para distributor, dihadapkan pada tantangan untuk terus mengembangkan inovasi produk, memperkuat citra merek, dan mempertahankan loyalitas konsumen. Dalam konteks ini, permasalahan yang dihadapi oleh Tupperware adalah kesulitan dalam memperkenalkan inovasi produk baru, membangun citra merek yang kuat di tengah persaingan pasar, dan mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara inovasi produk dan *brand image* terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa upaya perusahaan Tupperware, termasuk distributor, dalam mengembangkan produk-produk baru dan membangun citra merek yang kuat memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus melakukan inovasi produk, memperkuat *brand image*, dan meningkatkan pelayanan pelanggan guna menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Kata kunci: Loyalitas Konsumen, Inovasi Produk, *Brand image*