

## ABSTRAK

### **PENGARUH KESESUAIAN CITRA DIRI TERHADAP PILIHAN MEREK DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK SEPEDA MOTOR** (Survei Pada Konsumen Sepeda Motor Honda Tiger di Yogyakarta)

**Wisnu Deni Wijaya**  
**141090154**

Penelitian empiris ini dimaksudkan : 1) Untuk mengetahui pengaruh pengaruh kesesuaian citra diri konsumen terhadap pilihan merek pada produk sepeda motor Honda Tiger di Yogyakarta; 2) Untuk mengetahui pengaruh kesesuaian citra diri konsumen terhadap kepuasan pada produk sepeda motor Honda Tiger di Yogyakarta; 3) Untuk mengetahui perbedaan pilihan merek dan kepuasan konsumen berdasarkan tingkatan kesesuaian citra diri pada produk sepeda motor Honda Tiger di Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian survey yang mana informasinya dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan mengambil sampel dari suatu populasi dengan populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna sepeda motor merek Honda Tiger di Kota Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan dengan suatu pertimbangan tertentu dengan cara menentukan terlebih dahulu kriteria responden. Sebanyak 100 kuesioner dibagikan kepada responden terpilih dan digunakan sebagai analisis statistik.

Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen ini meliputi : kesesuaian citra diri, sedangkan variabel dependennya adalah pilihan merek, dan kepuasan konsumen. Sebelum penelitian dilakukan pengujian instrumen yaitu pengujian validitas dan reliabilitas terhadap item-item variabel penelitian. Hasil pengujian validitas diperoleh nilai  $r_{hitung}$  dari semua item variabel penelitian menunjukkan lebih besar dari nilai 0,05. Sehingga kuesioner dari variabel-variabel tersebut valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya, begitu pula pada pengujian reliabilitas menunjukkan nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari nilai 0,6, sehingga item-item tersebut sah sebagai instrument penelitian.

Hasil analisis dengan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa : (1) Kesesuaian citra diri secara signifikan berpengaruh terhadap pilihan merek; (2) Kesesuaian citra diri secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan; (3) Terdapat perbedaan pilihan merek dan kepuasan konsumen berdasarkan tingkatan kesesuaian citra diri.

Kata kunci : Kesesuaian Citra Diri, Pilihan Merek, Kepuasan Konsumen