

ABSTRAKSI

ANWAR ROSYID. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Sepeda Motor Honda di Kabupaten Gunungkidul). (Dibimbing oleh Dra. Chaula Anwar, MM dan Drs. Abdul Ghofar, M.Si).

Perkembangan usaha diwarnai berbagai macam persaingan disegala bidang termasuk pemasaran produk, tak terkecuali bisnis otomotif khususnya sepeda motor yang berkembang pesat di Indonesia. PT. Astra Honda Motor salah satu pelopor industri sepeda motor di Indonesia berdiri 11 Juni 1971. Meningkatnya persaingan menuntut Honda untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, berusaha memenuhi apa yang diharapkan dengan cara lebih memuaskan daripada yang dilakukan pesaing, membuat citra yang baik di masyarakat, karena citra adalah variabel yang secara positif maupun negatif mempengaruhi aktivitas pemasaran. Penelitian ini akan dilakukan di Gunungkidul, alasannya karena rata-rata masyarakatnya menggunakan sepeda motor sebagai alat transportasi utama. Luas wilayah, tingkat sosial ekonomi dan pola kehidupan membuat tingginya pengguna sepeda motor di wilayah tersebut sangat berpengaruh terhadap maraknya berbagai jenis sepeda motor yang ditawarkan oleh produsen. Kombinasi antara beragam jenis sepeda motor yang berbeda dan jumlah konsumen yang besar menimbulkan persepsi yang beragam tentang kepuasan terhadap sepeda motor yang digunakan. Secara langsung/ tidak langsung hal ini berakibat pada perilaku konsumen dalam menentukan sikap dan keputusan dalam pembelian sepeda motor di masa datang. Pertumbuhan penjualan sepeda motor di Gunungkidul menembus angka 12 ribu unit pertahun atau sekitar seribu unit perbulan. Kondisi-kondisi tersebut merupakan tantangan bagi manajemen perusahaan produsen sepeda motor Honda untuk dapat memberikan mutu produk dan pelayanan terbaik. Yang dapat menciptakan kepuasan pada konsumennya sehingga diharapkan dapat menciptakan konsumen yang loyal yang akan berimplikasi terhadap profit perusahaan.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas merek dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara langsung dan pengaruh secara tidak langsung terhadap variabel loyalitas merek pada pengguna sepeda motor Honda di kabupaten Gunungkidul, serta untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Data yang dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner, sampel yang digunakan sebanyak 120 responden. Pemilihan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis dalam penelitian ini adalah *path analysis* dengan analisis regresi 2 tahap dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek, citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh

signifikan terhadap loyalitas merek, citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek yang dimediasi kepuasan konsumen.

Kata kunci : citra merek, loyalitas merek, kepuasan konsumen.