

ABSTRAKSI

FINDI SETYA KRISNANTO. Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen rokok Sampoerna A Mild (Survei dilakukan terhadap mahasiswa kos di kampung Gorongan. (Dibimbing oleh Dr. HADDY SUPRAPTO, MS dan HASA NURROHIM KP, SE.,Msi).

Persaingan antar perusahaan rokok tidak bisa dipungkiri lagi sangat begitu pesat. PT HM Sampoerna sebagai salah satu perusahaan rokok terbesar di Indonesia terus berupaya menciptakan sebuah cita rasa rokok yang bisa membuat para konsumennya loyal. Persaingan dalam bisnis rokok di DIY yang semakin kompetitif menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan.

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh iklan, citra merek, dan kepuasan konsumen, berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen rokok Sampoerna A Mild. (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh iklan, citra merek, dan kepuasan konsumen berpengaruh bersama-sama terhadap loyalitas konsumen rokok Sampoerna A Mild.

Penelitian ini dilakukan di kampung Gorongan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

Hasil analisis data diketahui bahwa iklan, citra merek dan kepuasan konsumen berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen rokok Sampoerna A Mild dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dibawah 0,05. Iklan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen rokok Sampoerna A Mild dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dibawah 0,05. Citra Merek berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen rokok Sampoerna A Mild dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dibawah 0,05. Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen rokok Sampoerna A Mild dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dibawah 0,05.

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