

ABSTRAK

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS MEREK LARISSA

Studi Kasus Pada Mahasiswa Kampus I dan III Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

Cresentia Pertiwi

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek Larissa. Penelitian ini dilakukan selama bulan Februari sampai Maret 2017 di kampus I dan III Universitas Sanata Dharma. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah dan sedang menggunakan produk Larissa Aesthetic Center dengan sampel sebanyak 100 responden, pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda, Uji F dan Uji T. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dan parsial dari kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek.

Kata Kunci : Produk, Harga, Tempat, Promosi, dan Loyalitas Merek.

ABSTRACT
THE EFFECT OF CONSUMERS SATISFACTION ON BRAND
LOYALTY

A Case Study of Sanata Dharma University Students at Campus I and III

Cresentia Pertiwi

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2017

This study is aimed to analyzing the effect of consumer satisfaction on brand loyalty. The reseach is conducted in February until March 2017 at campus I and III Sanata Dharma University. The population of this study was Sanata Dharma University students who using product of Larissa Aesthetic Center, in which the samples student who using products of Larissa Aesthetic Center. The sample size was 100 respondents by purposive sampling technique. The data were gathered using questionnaire. Data analysis techniques used in this study were multiple linier regression, F-test, and t-test. The results of this study show that there are simultaneous and partial effects of consumer satisfaction on brand loyalty.

Keywords: Product, Price, Place, Promotion and Brand Loyalty.