

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN KONSUMEN DENGAN LOYALITAS MEREK PADA KONSUMEN PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA

Andy Wahyu Nugroho
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2004

Semakin ketatnya persaingan dimana semakin banyaknya perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuannya untuk mendapatkan loyalitas dari konsumennya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas merek. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Honda di PT. Astra International Tbk. Jalan Raya Magelang Km. 7,2 Jombor, Sleman. Analisis kuantitatif yang digunakan yaitu analisis korelasi *product moment Pearson* untuk menguji apakah ada hubungan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas merek.

Hasil penelitian menunjukkan kepuasan konsumen dan loyalitas merek termasuk dalam tingkat yang tinggi dan sedang. Hal tersebut disebabkan karena harapan-harapan konsumen terpenuhi sehingga konsumen merasa puas dan sangat puas. Kepuasan konsumen tersebut mempengaruhi perilaku membeli berulang dan pada akhirnya membentuk suatu sikap yang dinamakan loyalitas merek. Hasil pengujian analisis korelasi *product moment Pearson* menunjukkan hasil korelasi 0,389 pada taraf signifikansi 0,01, yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas merek. Hubungan tersebut bersifat positif yaitu semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen semakin tinggi pula tingkat loyalitas mereknya.

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER'S SATISFACTION AND THE BRAND'S LOYALTY IN CUSTOMER OF HONDA MOTORCYCLE

Andy Wahyu Nugroho
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2004

The tight competition reflected by the increasing number of companies involved in the need satisfaction and customer wants, causes the company to be able to place the customer satisfaction orientation as the ultimate, to gets the loyalty from the customer.

This research was aimed the relationship between customer's satisfaction and the brand's loyalty. The methods used in this research was questionnaire method given to the customer of Honda motorcycle in PT. Astra International Tbk. Jalan Raya Magelang Km. 7,2 Jombor, Sleman. The questionnaire analysis used in this research was primarily the *Pearson product moment* correlation coefficient in order to know whether or not there was any correlation between the level of customer's satisfaction and brand's loyalty.

The result shows that the customer's satisfaction brand's loyalty was in high and midle level. Cause the customer expectancy was complete. That customer's satisfaction to influence to buy repeated behavior and the finally to make a attitude that's the name brand's loyalty. The result of the *Pearson product moment* correlation test showed correlation result 0,389 in the signification level 0,01, this means that there is a significant correlation between customer's satisfaction and brand's loyalty. The positive correlation means that the greater the level of customer's satisfaction, the greater the brand's loyalty.