

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK SEPATU CONVERSE

Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma di Yogyakarta

Romario Septian
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta, 2016

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh *Brand Image* terhadap loyalitas konsumen pada produk sepatu Converse. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang memakai sepatu Converse di Universitas Santa Dharma, dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Convenience* dan *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data dengan membagikan kuesioner. Untuk menjawab rumusan masalah digunakan teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *Brand Image* terhadap loyalitas konsumen (*Brand Loyalty*) pada produk Sepatu Converse yang berarti bahwa semakin bagus *Brand image* sepatu Converse maka akan semakin tinggi loyalitas konsumen (*Brand Loyalty*) kepada sepatu Converse.

Kata kunci : *Brand Image*, loyalitas konsumen.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE TO CONSUMER LOYALTY

Case Study on Students of Sanata Dharma University in Yogyakarta

Romario Septian
Sanata Dharma University
Yogyakarta, 2016

The purpose of this study is to determine whether the Brand Image of Converse Shoes influences the customer loyalty. The research population of this study is students of Santa Dharma University who are wearing Converse shoes at the University of Sanata Dharma, with a sample of 100 respondents. The sample techniques used were Convenience and purposive sampling. The Data collection technique applied was questionnaire. The data analysis technique used to answer the research question is simple linear regression. The results show that the Brand Image influences significantly the consumer loyalty (Brand Loyalty) to products of Converse shoes, which means that the better brand image the consumer perceived, the higher consumer loyalty (Brand Loyalty) to Converse shoes.

Keywords: brand image, customer loyalty.