

ABSTRAK

Hellena Advisari, 2013; Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Survei pada Pembeli Tas Merek “Guess” di Mal Kelapa Gading. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dr. Mohamad Rizan, SE., MM. & Dra. Basrah Saidani, M.Si..

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui deskripsi tentang citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pembeli tas merek “Guess” di Mal Kelapa Gading. 2) Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada pembeli tas merek “Guess” di Mal Kelapa Gading. 3) Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pembeli tas merek “Guess” di Mal Kelapa Gading. 4) Untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada pembeli tas merek “Guess” di Mal Kelapa Gading. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan kausal. Penelitian dilakukan terhadap 148 orang pelanggan yang bertransaksi dan membeli minimal 3x dalam setahun, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, yang kemudian diolah menggunakan SPSS 19. Hasil analisis menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan kemudian kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Lalu secara bersama-sama atau simultan, citra merek dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa untuk menciptakan dan mempertahankan loyalitas, perusahaan tas “Guess” perlu memperhatikan faktor-faktor seperti citra merek dan kepuasan pelanggan karena faktor-faktor tersebut terbukti mempengaruhi tinggi rendahnya loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Hellena Advisari,, 2013; The Influence of Brand Image and Customer Satisfication towards Customer Loyalty to Buyer of “Guess” bag in Mal Kelapa Gading. Undergraduate Thesis: Jakarta, Concentration of Marketing Management, Management Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory team: Dr. Mohamad Rizan, SE., MM. & Dra. Basrah Saidani, M.Si..

The purposes of this research are: 1) To know the description of brand image and customer satisfication towards customer loyalty buyer of “Guess” bag in Mal Kelapa Gading. 2) To know the influence of brand image towards customer loyalty buyer of “Guess” bag in Mal Kelapa Gading. 3) To know the influence of customer satisfication towards customer loyalty buyer of “Guess” bag in Mal Kelapa Gading. 4) To know the influence of brand image and customer satisfication simultaneously towards customer loyalty buyer of “Guess” bag in Mal Kelapa Gading. The analysis implemented in this research are descriptive and causal analysis. This research is taken 148 costumers of after their transaction and buying at least 3 times on year, while data was collected by using questionnaire and processed using SPSS 19. The result shows that partially brand image has a positive and significant impact toward customer loyalty. Then, partially customer satisfication also has a positive and significant impact toward customer loyalty. Simultaneously, brand image and customer satisfication have a positive and significant impact toward customer loyalty. The empirical findings indicate that to create and improve the customer loyalty, “Guess” bag Company need to consider brand image and customer satisfication because those factors shown to affect the level of job loyalty.

Keywords: Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty