

Analisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen (studi pada konsumen smartphone Samsung Galaxy) = The influence of brand image towards consumer loyalty through consumer satisfaction on smartphone Samsung Galaxy consumers in Jakarta

Ricky Pratama Putra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368069&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengaruh Citra Merek terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada konsumen smartphone Samsung Galaxy. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana data dan informasi dikumpulkan melalui survei dengan alat bantu kuesioner dan juga studi kepustakaan. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang konsumen smartphone Samsung Galaxy yang berusia 18 tahun keatas, tinggal di wilayah Jakarta, dan telah memiliki produk smartphone Samsung Galaxy terhitung 3 bulan semenjak pembelian, yang diambil dengan menggunakan teknik non-probability purposive sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis multivariat dengan menggunakan analisis jalur dan Sobel Test pada SPSS 17.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi Citra Merek memiliki pengaruh yang kuat dan positif terhadap loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui variabel kepuasan konsumen, dan juga memiliki pengaruh cukup kuat antara variabel citra merek terhadap loyalitas konsumen secara langsung.

The objective of this research is to analyze how the effect of Brand Image implementation toward consumer satisfaction and consumer loyalty in context of smartphone Samsung Galaxy users. This research uses a quantitative approach, in which data and information were collected through surveys with the tool of questionnaire and bibliographical studies. The sample of this research is 100 Samsung Galaxy's consumers who aged 18 and above, live in Jakarta area, and have bought the product three months since starting purchased, by using non- probability purposive sampling technique. Analysis technique of the data used in this study is multivariate analysis, using path analysis and Sobel Test on SPSS 17.0. The results showed that Brand Image has a significant and strong indirect effect toward consumer loyalty through consumer satisfaction as a mediating variable, and significant and strong enough direct effect toward customer loyalty.