

INTISARI

Meningkatkan kesetiaan merek merupakan salah satu cara dari badan usaha untuk dapat bertahan hidup dalam lingkungan persaingan yang semakin ketat. Kesetiaan merek adalah kecenderungan pelanggan yang mempunyai sikap positif terhadap suatu merek dan melakukan pembelian ulang terhadap merek tersebut secara berulang-ulang. Kesetiaan merek dapat dibentuk melalui kepuasan pelanggan yang didapat pada saat mengkonsumsi suatu produk. Kepuasan pelanggan timbul apabila produk yang dikonsumsi pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan perlu ditingkatkan karena kepuasan pelanggan merupakan salah satu dasar kesetiaan pelanggan terhadap merek.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kesetiaan merek produk shampo Pantene di Surabaya. Penelitian ini menggunakan dua atribut untuk kepuasan pelanggan yaitu *attribute related to the product* dan *attribute related to the purchase*. Sedangkan kesetiaan merek menggunakan lima atribut yaitu *behavior measures, switching costs, satisfaction, liking of the brand, dan commitment*.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Target populasi dalam penelitian ini adalah orang yang pernah membeli dan menggunakan shampo merek Pantene. Karakteristik populasi adalah wanita, berdomisili di Surabaya, pendidikan terakhir minimal SMA, menggunakan produk shampo Pantene secara rutin selama 6 bulan terakhir. Metode pengolahan data menggunakan analisis regresi linier sederhana sedangkan untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t.

Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap kesetiaan merek. Dalam hal ini pengaruh yang terjadi adalah positif. Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan pada kesetiaan merek shampo Pantene di Surabaya.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Kesetiaan Merek, Kesetiaan Pelanggan, Shampo Pantene, Regresi linier Sederhana

ABSTRACT

Increasing brand loyalty is one of the ways for enterprises to survive in the increasingly fierce competitive environment. Brand loyalty is the tendency of customers who have a positive attitude towards a brand and re-purchase on the brand repeatedly. Brand loyalty can be established through customer satisfaction gained when consuming a product. Customer satisfaction arise if the product is consumed according to the customer's customer expectations. Customer satisfaction should be improved because customer satisfaction is one of basic customer loyalty to the brand.

The purpose of this study was to determine the effect of customer satisfaction on brand loyalty in Surabaya Pantene shampoo products. This study uses two attributes for customer satisfaction is related to the product attributes and attribute related to the purchase. While brand loyalty using behavioral measures five attributes namely, switching costs, satisfaction, liking of the brand, and commitment.

The sampling technique used was non-probability sampling by convenience sampling method. The target population in this study are people who have bought and used the shampoo brand Pantene. Characteristics of the population are women, live in Surabaya, the last a minimum of high school education, use Pantene shampoo products on a regular basis over the last 6 months. Data processing method using a simple linear regression analysis to test the hypothesis while using the t test.

The results of the simple regression analysis showed that customer satisfaction has an influence on brand loyalty. In this case what happens is a positive influence. From the results of the test showed the significant effect of customer satisfaction on brand loyalty of Pantene shampoo in Surabaya.

Key Words : Customer Satisfaction, Brand Loyalty, Customer Loyalty, Pantene Shampoo, Simple Linear Regression