

**Vanessa Shanaz Angelina. (5130260). Hubungan Citra Merek dan Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan sepeda motor Honda. Skripsi. Sarjana Strata 1. Surabaya: Fakultas Psikologi, Universitas Surabaya. 2018**

### **ABSTRAK**

Memiliki pelanggan yang loyal adalah suatu tujuan dari perusahaan, karena loyalitas pelanggan dapat menjamin kontinuitas perusahaan dalam jangka panjang. Pada dasarnya loyalitas diartikan sebagai kesetiaan seseorang dalam terhadap suatu hal.. Menurut data dari Korlantas Polri, tercatat pada tahun 2013, sepeda motor menjadi penyumbang terbesar populasi kendaraan di angka 86,253 juta unit di seluruh Indonesia, naik sebesar 11% dari tahun 2012. Dari total populasi sepeda motor, 66% merupakan sepeda motor buatan pabrik Honda. Konsumen dalam hal membeli sepeda motor tak bisa lepas dari citra merek dan kualitas produk. Pada penelitian terdahulu telah dilakukan penelitian yang terkait dengan variabel tersebut, namun peneliti kali ini ingin memfokuskan pada produk sepeda motor Honda. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui ada tidaknya hubungan antara citra merek dan kualitas produk dengan loyalitas pelanggan sepeda motor Honda (2) mengetahui ada tidaknya hubungan citra merek dengan loyalitas pelanggan sepeda motor Honda (3) mengetahui ada tidaknya hubungan kualitas produk dengan loyalitas pelanggan sepeda motor Honda.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan memiliki sepeda motor Honda yang berada di Kota Probolinggo. Sampel penelitian berjumlah 147 subjek dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket yang berisi angket terbuka dan tertutup dari loyalitas pelanggan, citra merek dan kualitas produk. Hipotesis penelitian diuji dengan pearson jika sebaran data normal dan linier. Kemudian untuk analisis ketiga variabel menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan antara citra merek dengan loyalitas pelanggan sepeda motor Honda  $r = 0,371$  ( $p < 0,05$ ) dan ada hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan produk sepeda motor Honda  $r = 0,234$  ( $p < 0,05$ ) serta ada hubungan antara citra merek dan kualitas produk dengan loyalitas pelanggan sepeda motor Honda  $r = 0,613$  ( $p < 0,05$ ). Kesimpulannya adalah maka dapat dikatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara citra merek dan kualitas produk dengan loyalitas pelanggan sepeda motor Honda.

Implikasi dari penelitian ini, perusahaan dapat meningkatkan kemampuan dalam memberikan layanan kepada pelanggan, dan meningkatkan mutu dalam memberikan *service* kepada pelanggan. Sehingga pelayan tetap loyal kepada perusahaan Honda.

Kata Kunci : Citra merek, Kualitas produk, Loyalitas pelanggan, produk sepeda motor Honda.