

INTISARI

Meningkatkan kepuasan pelanggan merupakan salah satu cara dari suatu badan usaha untuk dapat bertahan dan bersaing dalam lingkungan perusahaan yang semakin ketat. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk diperhatikan karena merupakan salah satu dasar pembentuk loyalitas merek terhadap produk dari suatu badan usaha. Tujuan yang hendak dicapai di dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan adanya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek Sony kamera digital di Surabaya.

Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah berkunjung ke toko atau dealer resmi Sony kamera digital, pernah membeli dan menggunakan Sony kamera digital minimal 1 tahun terakhir, pernah merekomendasikan Sony kamera digital kepada orang lain, berdomisili di Surabaya, dengan tingkat pendidikan terakhir SMA. Dalam penelitian ini populasinya tidak teridentifikasi secara jelas, sehingga sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*. Jumlah sampel penelitian sebesar 120 orang. Analisis data penelitian dengan analisis regresi linier sederhana.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan pada loyalitas merek Sony kamera digital di Surabaya. Adapun koefisien regresinya (b) sebesar 0,782 yang menunjukkan derajat korelasi sangat kuat. Hal tersebut juga sekaligus membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas merek Sony kamera digital di Surabaya.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Merek.

ABSTRACT

Improving customer satisfaction is one way of an enterprise to survive and besaing in a corporate environment that increasingly stringent. Customer satisfaction is very important to note because it is one of the basic building blocks of brand loyalty to the product of a business entity. Goals to be achieved in this study is to investigate, analyze and prove the influence of customer satisfaction on brand loyalty in Surabaya Sony digital camera.

Characteristics of the population in this study are the customers who've been to the store or authorized dealer Sony digital cameras, ever buy and use a Sony digital camera last at least 1 year, never recommend Sony digital camera to others, domiciled in Surabaya, with the last high school education level. In this study population is not clearly identified, so that the sample used is the Non-Probability Sampling and sampling technique used was convenience sampling. The number of study sample of 120 people. Analysis of research data with simple linear regression analysis.

The results of hypothesis test showed that significantly affect customer satisfaction on brand loyalty Sony digital camera in Surabaya. The regression coefficient (b) of 0.782 which indicates the degree of correlation is very strong. It is also well proven that customer satisfaction affects brand loyalty Sony digital camera in Surabaya.

Keywords: Customer Satisfaction, Brand Loyalty.