

## **ABSTRACT**

*Having loyal customers is one thing that sustains the company to stay alive and survive, while the brand image plays an important role in building a positive value of a company in the eyes of consumers. Therefore, researchers conducted a study to determine the effect of brand image on customer loyalty Toyota Avanza cars in Bandung. In collecting data, researchers deploy 150 questionnaires to the respondents in the workshop Toyota Djunjunan street 192, visitors to Giant Supermarket at P.H. Mustofa street, Yogya Supermarket at Pahlawan street, BTC Mall visitors, students at Harapan Bangsa Institute of Technology, students at University Komputer Indonesia, and students at Maranatha Christian University from 10 to 21 October 2011, with purposive sampling. The collected data were analyzed with multiple regression analysis. Results showed the brand image (safety, comfort, speed and endurance) has an influence on customer loyalty for Toyota Avanza and the remaining 39.4%, 60.6% influenced by other factors.*

*Keywords: endurance, security, speed, comfort, consumer loyalty, Toyota Avanza.*

## ABSTRAK

Memiliki konsumen yang loyal adalah salah satu hal yang menopang perusahaan tersebut untuk tetap hidup dan bertahan, sementara *brand image* berperan penting dalam membangun nilai positif suatu perusahaan di mata konsumen. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan mobil Toyota Avanza di Bandung. Dalam mengumpulkan data, peneliti menyebarkan 150 kuesioner kepada responden di bengkel Toyota Jl. Djunjuran No.192, pengunjung Giant Supermarket Jl. P.H. Mustofa, Yogya Supermarket Jl. Pahlawan, Perumahan Istana Mekar Wangi, jalan Asia-Afrika, jalan Moh. Toha, pengunjung Mal BTC, mahasiswa di Institut Teknologi Harapan Bangsa, mahasiswa di Universitas Komputer Indonesia dan mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha, dari tanggal 10-21 Oktober 2011, dengan metode *purposive sampling*. Data yang terkumpul dianalisis dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan *brand image* (keamanan, kenyamanan, kecepatan dan ketahanan) memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen mobil Toyota Avanza sebesar 39,4% dan sisanya 60,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Kata Kunci: Ketahanan, keamanan, kecepatan, kenyamanan, loyalitas konsumen, Toyota Avanza.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penulisan.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	7
2.1 Merek ( <i>brand</i> ).....	7
2.2 Asosiasi Merek ( <i>Brand Association</i> ).....	7

2.3 Fungsi Asosiasi Merek.....	8
2.4. Acuan Asosiasi Merek.....	9
2.5. Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	11
2.6. Identitas Merek dan Citra Merek.....	13
2.7. Loyalitas Pelanggan.....	16
2.8. Membangun Loyalitas.....	24
2.9. Hubungan Antara <i>Brand Image</i> dengan Loyalitas.....	25
2.10 Kerangka Berpikir.....	26
2.11 Penjelasan Kerangka Pemikiran.....	27
2.12 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Riset.....	28
3.2 Populasi dan Sampel.....	28
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5 Analisis Data.....	31
3.5.1 Uji Validitas.....	32
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1. Karakteristik Responden.....	38
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.2. Pernyataan Responden Mengenai Faktor-Faktor <i>Brand Image</i> .....	38

4.2.1. Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i>	
Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung I.....	39
4.2.2. Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i>	
Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung II.....	40
4.2.3 Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i>	
Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung III.....	41
4.2.4 Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i>	
Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung IV....	43
4.2.5 Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i>	
Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung V.....	44
4.2.6 Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i>	
Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung VI....	45
4.2.7 Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i>	
Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung VII...	47
4.2.8 Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i>	
Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung VIII..	48
4.2.9 Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i>	
Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung IX....	49
4.2.10 Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i>	
Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung X.....	51
4.2.11. Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i>	
Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung XI....	52
4.2.12. Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i>	
Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung XII...	53

4.2.13. Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung XIII..	55
4.2.14. Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung XIV..	56
4.2.15. Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung XV...	57
4.3 Uji Instrumen.....	59
4.3.1. Uji Validitas.....	59
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	60
4.4. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	62
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	 65
5.1 Simpulan.....	65
5.2 Saran.....	68
 DAFTAR PUSTAKA.....	 70
LAMPIRAN.....	72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS ( <i>CURRICULUM VITAE</i> ).....	90

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Hubungan antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan..... 17
Gambar 2	Kerangka Berpikir..... 26
Gambar 3	Grafik Distribusi $f$ Uji Hipotesis Satu Pihak..... 32

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	20 Model Kendaraan Penumpang dan Komesial Terlaris 2011 di Indonesia..... 4
Tabel II	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 37
Tabel III	Pernyataan Responden Terhadap Faktor Brand Image Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung 1..... 39
Tabel IV	Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung 2..... 40
Tabel V	Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung 3..... 42
Tabel VI	Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung 4..... 43
Tabel VII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung 5..... 44
Tabel VIII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di



	Bandung 6.....	46
Tabel IX	Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung 7.....	47
Tabel X	Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung 8.....	48
Tabel XI	Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung 9.....	50
Tabel XII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung 10.....	51
Tabel XIII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung 11.....	52
Tabel XIV	Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung 12.....	54
Tabel XV	Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung 13.....	55
Tabel XVI	Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di	

	Bandung 14.....	56
Tabel XVII	Pernyataan Responden Terhadap Faktor <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Merek Mobil Toyota Avanza di Bandung 15.....	58
Tabel XVIII	Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel XIX	Pengujian Reliabilitas.....	62
Tabel XX	Model Summary.....	63