

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze whether three basic dimension of brand image the consist of *Corporate Image*, *Used Image*, and *Product Image* effect of costumers loyalty. To determine the influence of the research was conducted by distributing 150 quistionnaires to costumers of the Kawasaki Ninja 250 in Bandung, which is considered in compliance with the provisions to be analyzed. Characteristic used are easily to be observed such as gender, age, monthly income, and origin. The method that used is multiple regression analyzed and data collection method used in the form of survey method. This type of research used by researchers is a descriptive analyze and verification. The descriptive analyze is a type of research that aims to obtain a of the variables (element of brand image and level of costomer loyalty).

In the study, the authors conducted a multiple regression test using SPSS version 17, the result of the regression test of brand image on customer loyalty obtain the result $Y = 0,987 + 0,314X$ with $\alpha \leq 0,05$. This can be seen from the adjusted R square is equal to 0,727 atau 72,7% affectcustomer loyalty and the remaining 27,3% is influenced by other factors.

Key words: : *Brand Image*, *Corporate Image*, *Used Image*, *Product Image*

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah tiga dimensi pokok citra merek (*Brand Image*) yang terdiri dari citra perusahaan (*Corporate Image*), citra pemakai (*Used Image*), dan citra produk (*Product Image*) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Untuk mengetahui pengaruh tersebut dilakukan penelitian dengan menyebarkan 150 kuesioner yang merupakan pelanggan dari Kawasaki Ninja 250 di Bandung, yang dianggap telah memenuhi ketentuan untuk dianalisis. Karakteristik yang digunakan adalah karakteristik yang mudah diamati seperti jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan metode pengumpulan data yang digunakan berupa metode survei. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif analisis dan verifikasi. Deskriptif analisis merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskripsi tentang ciri-ciri variabel (unsur-unsur *Brand Image* dan tingkat loyalitas konsumen).

Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji regresi sederhana dengan menggunakan SPSS versi 17, yang hasil uji regresi *Brand Image* terhadap loyalitas konsumen memperoleh hasil $Y = 0,987 + 0,314X$ dengan $\alpha \leq 0,05$. Hal ini terlihat dari hasil adjusted R square adalah sebesar 0,727 atau 72,7% mempengaruhi loyalitas konsumen dan sisanya sebesar 27,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *Brand Image, Corporate Image, Used Image, Product Image*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	v
INTISARI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	21
1.3 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	22
BAB II LANDASAN TEORI, PENGEMBANGAN HIPOTESIS, DAN MODEL PENELITIAN	
2.1 Landasan Teori	24
2.2.1 Konsep Pemasaran	24
2.2.2 Tujuan Pemasaran	25
2.2.3 Strategi Pemasaran	26
2.2.4 Pengertian Bauran Pemasaran	27
2.2.5 Pengertian Produk.....	29
2.2.6 Pengertian Merek.....	30
2.2.7 Citra Merek.....	36

	2.2.8 Faktor Yang Membentuk Citra Merek.....	43
	2.2.9 Komponen Citra Merek.....	45
	2.2.10 Loyalitas Konsumen.....	49
	2.2.11 Hubungan Antara Citra Merek dan Loyalitas Konsumen..	57
2.3	Pengembangan Hipotesis	58
2.4	Kerangka Penelitian.....	59
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Jenis Penelitian	60
3.2	Jenis dan Desain Penelitian	60
3.3	Populasi dan Sampel	61
	3.3.1 Populasi Penelitian	61
	3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel	61
3.4	Pengukuran Variabel	62
3.5	Operasional Variabel	63
3.6	Teknik Pengumpulan Data	65
3.7	Metode Analisis Data	66
3.8	Analisis Koefisien Determinasi	67
3.9	Uji Validitas dan Reliabilitas	68
3.10	Analisis Data Regresi Sederhana	70
BAB IV	ANALISI DAN PEMBAHASAN	
4.1	Karakteristik Responden	71
4.2	Uji Validitas	88
4.3	Uji Reliabilitas	91
4.4	Analisis Data	91
	4.4.1 Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	92
	4.4.2 Uji Heterokedastisitas	93
	4.4.3 Uji Autokorelasi	95
4.5	Uji Regresi	95
4.6	Uji Hipotesis	97

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	99
5.2	Implikasi Manajerial	100
5.3	Keterbatasan dan Saran.....	101

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	<i>Customer Based Brand Equity Pyramid</i>	34
Gambar 2	<i>Building Customer Based Brand Equity</i>	35
Gambar 3	<i>The Customer Loyalty Piramid</i>	52
Gambar 4	Kerangka Pemikiran	59
Gambar 5	Uji Heterokedastisitas	94

DAFTAR TABEL

Tabel I	Definisi Operasional Variabel	64
Tabel II	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel III	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	72
Tabel IV	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel V	Pengujian Responden Terhadap <i>Corporate Image</i> 1	73
Tabel VI	Pengujian Responden Terhadap <i>Corporate Image</i> 2.....	74
Tabel VII	Pengujian Responden Terhadap <i>Corporate Image</i> 3.....	75
Tabel VIII	Pengujian Responden Terhadap <i>Corporate Image</i> 4.....	76
Tabel IX	Pengujian Responden Terhadap <i>Used Image</i> 1.....	77
Tabel X	Pengujian Responden Terhadap <i>Used Image</i> 2.....	78
Tabel XI	Pengujian Responden Terhadap <i>Used Image</i> 3	79
Tabel XII	Pengujian Responden Terhadap <i>Used Image</i> 4	80
Tabel XIII	Pengujian Responden Terhadap <i>Product Image</i> 1	81
Tabel XIV	Pengujian Responden Terhadap <i>Product Image</i> 2.....	82
Tabel XV	Pengujian Responden Terhadap <i>Product Image</i> 3.....	83
Tabel XVI	Pengujian Responden Terhadap <i>Product Image</i> 4.....	84
Tabel XVII	Pengujian Responden Terhadap Loyalitas Konsumen 1.....	85
Tabel XVIII	Pengujian Responden Terhadap Loyalitas Konsumen 2.....	86
Tabel XIX	Pengujian Responden Terhadap Loyalitas Konsumen 3.....	87
Tabel XX	Pengujian Responden Terhadap Loyalitas Konsumen 4.....	88
Tabel XXI	Pengujian Validitas	89
Tabel XXII	Pengujian Reliabilitas	90
Tabel XXIII	Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	92
Tabel XXIV	Uji Autokorelasi.....	95
Tabel XXV	Uji Regresi Sederhana	95

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Sampel Penelitian
- Lampiran 3 Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Uji Validitas
- Lampiran 5 Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Uji Regresi Sederhana