

ABSTRACT

The research is a study that examined the influence of brand image and customer satisfaction on customer loyalty of Ucrete product of PT BASF Indonesia. The research goal is to find out how to maintain customer loyalty, knowing how is the effect of Ucrete brand image to customer loyalty, knowing how is the effect of customer satisfaction to the brand image and knowing how strong direct effect of customer satisfaction to customer loyalty. Variables used in the research are Brand Image, Customer Satisfaction and Customer Loyalty.

Research methods used in this study is descriptive, verificative and using survey methods with a purposive sampling technique. The Analysis used Correlation, Regression and Path Analysis.

The results of this study were all variables significantly positive influence on customer loyalty and satisfaction significantly positive influence on brand image. The way to maintain customer loyalty of Ucrete is maintained and even enhanced the factors of brand image and satisfaction. The dimensions of brand image that most influence on customer loyalty is “favorability of brand associations”, while the satisfaction dimension that most influenced dimension of loyalty is the “reliability” and second dominant dimension is the dimension of the “aesthetic”. The value of direct effect of satisfaction is higher than indirect effect to loyalty.

Key words: Brand Image, Satisfaction, and Customer Loyalty

MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan studi yang menguji pengaruh citra merek dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen produk Ucrete PT BASF Indonesia. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana mempertahankan loyalitas konsumen, mengetahui bagaimana pengaruh citra merek Ucrete terhadap loyalitas konsumen, mengetahui bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap citra merek dan mengetahui seberapa kuat pengaruh langsung kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah citra merek, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

Metode riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat deskriptif, verifikatif dan menggunakan metode Survei dengan teknik *purposive sampling*. Analisis menggunakan Korelasi, Regresi dan Analisis Jalur.

Hasil yang di dapat adalah seluruh variabel berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen dan variabel kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap citra merek. Untuk mempertahankan loyalitas konsumen Ucrete, maka faktor citra merek dan kepuasan harus dipertahankan dan bahkan perlu ditingkatkan. Dimensi dari citra merek yang paling berpengaruh terhadap loyalitas adalah dimensi kelayakan assosiasi merek (*Favorability of Brand Associations*), sedangkan dimensi kepuasan yang paling berpengaruh terhadap loyalitas adalah keandalan (*Reliability*) dan dimensi dominan kedua adalah dimensi estetika (*Aesthetic*). Nilai dari pengaruh langsung kepuasan terhadap loyalitas lebih besar dibandingkan nilai pengaruh tidak langsungnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Kata Kunci: Citra Merek, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen