

## ABSTRAK

Kompetisi yang ketat untuk memperebutkan konsumen ponsel menciptakan konsekuensi untuk semua perusahaan telepon selular. PT Koin sebagai pemegang merek ponsel Imo berusaha menjadi pemimpin pasar dalam industri ponsel tanah air. Saat ini *market share* dari ponsel Imo masih jauh dari pemimpin pasar dengan hanya mencapai 2 % dari total *market share* ponsel produksi Cina di Indonesia. Loyalitas konsumen bagi perusahaan telah diakui sebagai faktor yang dominan dalam organisasi bisnis. Perusahaan harus mengerti faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Beberapa faktor untuk mengukur loyalitas konsumen adalah citra merek dan kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di industri ponsel. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian atas 150 orang konsumen ponsel Imo di Jakarta menunjukkan bahwa: (1) Citra merek ponsel Imo sudah cukup baik dimana citra merek tersebut menjadi kekuatan dari ponsel Imo untuk berkiprah dalam industri ponsel di Indonesia. (2) Konsumen ponsel Imo di Jakarta merasa cukup puas dalam menggunakan ponsel Imo tetapi belum maksimal atau belum mencapai tingkat sangat puas. (3) Citra merek dan kepuasan secara simultan terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan ponsel Imo di Jakarta.

U N I V E R S I T A S

MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*A tight competition to take the consumer of mobile phone creates a consequence to all mobile phone company. PT Koin as a holder of Imo mobile phone brand is trying to be the market leader in mobile phone industry. Currently the market share of Imo mobile phone is still far from reaching the market leader with only 2 % of Chinese mobile phone market share in Indonesia. Loyalty of a firm costumers has been recognized as the dominan factor in business organization. They have to understand any factors that affect the costumer loyalty. Some factors to measure consumers loyalty are brand image and costumers satisfaction. The objective of this research is to analyze the impact of brand image and costumer satisfaction towards costumer loyalty in mobile phone industry. The tools used in this study were multiple regressions.*

*Results of research on 150 consumer's of Imo mobile phone in Jakarta showed that: (1) Brand image of Imo mobile phone is good enough where brand image is a strength of Imo to take part in the mobile phone industry in Indonesia. (2). Imo mobile phone consumers in Jakarta feel quite satisfied in using Imo mobile phone but have not yet reached the level of very satisfied. (3) Brand image and customer satisfaction simultaneously proved to have positive and significant influence on customer loyalty. In this case brand image has proven a greater influence on customer loyalty.*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA