

ABSTRAK

Persaingan pada produk-produk lampu di Indonesia berlangsung sangat ketat. Banyak merek lampu yang menawarkan berbagai keunggulan, dimulai dari kualitas lampu hingga desain produk lampu. Tujuannya adalah agar para konsumen tertarik dalam membeli lampu yang diperdagangkan. PT. Sentral Elektrik (SE) merupakan salah satu perusahaan yang mengimport lampu dari negeri China. Pada penelitian ini, peneliti melakukan analisis terhadap produk lampu yang dipasarkan oleh PT. Sentral Elektrik. Tujuannya yaitu untuk mengetahui pengaruh citra merek lampu SE terhadap loyalitas konsumen serta pengaruh kepuasan konsumen lampu SE terhadap loyalitas konsumen. Adapun tiga alat ukur yang digunakan, antara lain alat ukur citra merek, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen. Sampel dalam penelitian ini yaitu 150 orang yang pernah membeli serta menggunakan lampu SE. Berdasarkan perolehan hasil dengan analisis regresi berganda didapatkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap loyalitas konsumen pada lampu SE dan terdapat pengaruh kepuasan konsumen dan citra merek secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada lampu SE.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Citra Merek, Loyalitas Konsumen

ABSTRAK

Competition in lighting products in Indonesia is very tight. Many brands of lights that offer a variety of advantages, ranging from quality lamps to lighting product design. The goal is to get consumers interested in buying traded lights. PT. Sentral Elektrik (SE) is one of the companies that import lights from China. In this study, researchers conducted an analysis of lamp products marketed by PT. Sentral Elektrik. The goal is to determine the influence of brand image SE light on consumer loyalty and influence customer satisfaction to consumer loyalty. There are three measuring tools in this research (brand image, consumer satisfaction, and customer loyalty). The sample in this research is 150 people who ever buy and use SE lamp. Based on the results with multiple regression analysis, there is a significant influence between the brand image on consumer loyalty on the SE lamp and there is influence of consumer satisfaction and brand image simultaneously to consumer loyalty on the SE lamp.

Keywords: Consumer Satisfaction, Brand Image, Consumer Loyalty