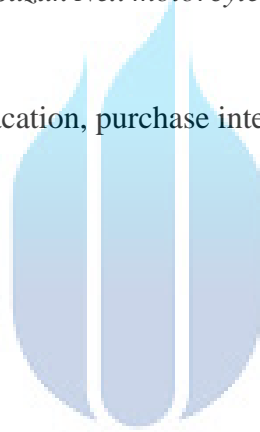


## **ABSTRACT**

*This research aims to know the influence of customer satisfaction and purchase intention. The Object for this research is owner and user Suzuki Nex Motorcycle in Jakarta Selatan. This research was done to 100 respondents by using quantitative-descriptive approach. Thus, data analysis which is used is statistic analysis in the form of double linear regression test.*

*The result of this research shows that either simultaneously or partially, the variabel of customer satisfaction and purchase intention influence on brand loyalty Suzuk Nex motorcyle in Jakarta Selatan. It has been proven from the result of (f) simoultant test and the result of (t) partial shows significant point of two independent variables that supports the hipotesys. Therefore, the accepted assumption is, there is influence of customer satisfaction and purchase intention influence on brand loyalty Suzuk Nex motorcyle in Jakarta Selatan.*

Keywords: customer satisfaction, purchase intention, brand, consumer behavior, brand loyalty



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen dan minat beli terhadap loyalitas merek. Objek penelitian ini adalah pemilik dan pengguna sepeda motor merek Suzuki Nex yang berlokasi di Jakarta Selatan. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kepuasan konsumen dan minat beli terhadap loyalitas merek di Jakarta Selatan yang dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) sementara uji parsial (uji t) juga menunjukkan nilai signifikan dari tiga variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kepuasan konsumen dan minat beli terhadap loyalitas merek pada sepeda motor Suzuki Nex di Jakarta Selatan.

Kata kunci: kepuasan konsumen, minat beli, merek, perilaku konsumen, loyalitas merek

