

RINGKASAN

Penelitian ini berjudul Pengaruh *Brand Awareness*, Kualitas Produk dan citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Sepeda Motor Merek Yamaha (Studi Pada Masyarakat Purwokerto). Tujuan penelitian ini yaitu mengembangkan penelitian sebelumnya tentang loyalitas konsumen dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda motor Yamaha yang berdomisili di Purwokerto. Penentuan ukuran sampel menggunakan metode interval taksiran. Metode pengambilan sampel menggunakan metode teknik *convenience sampling*. Alat analisis menggunakan regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan *brand awareness*, dan citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Sedangkan kualitas produk secara signifikan mampu mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen.

Implikasi penelitian ini yaitu berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa variabel *brand awareness* dan citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumenn. Sedangkan kualitas produk secara signifikan mampu mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen. Berkaitan dengan hal tersebut perlu dipertimbangkan implikasi berikut ini: perusahaan Yamaha harus tetap melakukan strategi untuk terus meningkatkan kesadaran konsumen terhadap sepeda motor Yamaha, supaya konsumen lebih mengenal sepeda motor Yamaha dengan lebih baik dan detail; produsen sepeda motor Yamaha untuk fokus pada pengembangan kualitas produk sepeda motor Yamaha itu sendiri, disarankan bagi produsen untuk terus meningkatkan kualitas produk dari semua aspek baik dari segi performa mesin, kecanggihan fitur, daya tahan dan ketangguhan mesin, spesifikasi yang sesuai standar, keawetan motor, ketersediaan spare part dan bengkel serta memperbanyak varian motor baru dengan memadukan inovasi yang sesuai dengan kondisi kemajuan saat ini; perusahaan Yamaha harus tetap berupaya meningkatkan citra merek sepeda motor Yamaha, agar konsumen memiliki keyakinan yang kuat untuk memilih sepeda motor Yamaha sebagai moda transportasi roda dua nya. Dimana yang citra yang sudah melekat pada sepeda motor yamaha yaitu bahwa sepeda motor yamaha memiliki akselerasi dan kecepatan yang tinggi di banding dengan sepeda motor lainnya yaitu dengan taglinenya yamaha selalu di depan. Dan upaya yang bisa dilakukan dengan membuat tagline lagi dengan sepeda motor yamaha irit, karna di benak konsumen saat ini sepeda motor yamaha itu boros, sehingga produsen harus merubah mainset tersebut kalo sepeda motor yamaha itu irit dan di buktikan dengan aslinya yang pasti

Kata kunci : Brand awareness, kualitas produk, citra merek, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen

SUMMARY

This research is entitled The Effect of Brand Awareness, Product Quality and Brand Image on Consumer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable in Yamaha Brand Motorcycle Products (Studies in the Purwokerto Community). The purpose of this study is to develop previous research on consumer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable.

The population in this study were Yamaha motorcycle users who live in Purwokerto. Determination of sample size using the estimated interval method. The sampling method uses convenience sampling technique. Analysis tools using multiple regression.

The results showed brand awareness, and brand image had no significant effect on customer satisfaction and loyalty. While product quality can significantly affect customer satisfaction and loyalty.

The implication of this study is based on the analysis result known that variable brand awareness and brand image give no significant effect on customer satisfaction and loyalty. While product quality can significantly affect customer satisfaction and loyalty. In this regard, consider the following implications: Yamaha companies must continue to carry out strategies to continuously increase consumer awareness of Yamaha motorbikes, so that consumers are more familiar with Yamaha motorcycles with better and more detail; Yamaha motorcycle manufacturers to focus on developing the quality of Yamaha motorcycle products themselves, it is recommended for manufacturers to continue to improve product quality from all aspects in terms of engine performance, sophistication of features, durability and toughness of the engine, specifications according to standards, durability of the motor availability of spare parts and workshops and increasing the number of new motorbikes by combining innovations that are in line with current conditions of progress; Yamaha companies must continue to strive to improve the brand image of Yamaha motorcycles, so that consumers have strong confidence in choosing a Yamaha motorcycle as a mode of two-wheeled transportation. Where is the image that has been attached to Yamaha motorbikes, namely that Yamaha motorcycles have high speed and acceleration compared to other motorbikes, namely the tagline yamaha is always up front. And the effort that can be done by making a tagline again with an economical Yamaha motorcycle, because in the minds of consumers today Yamaha motorbikes are wasteful, so manufacturers must change the mainset if the Yamaha motorcycle is economical and proven with the original that is certain

Keywords: Brand awareness, product quality, brand image, customer satisfaction, consumer loyalty