

Abstrak

Penelitian ini mengambil judul Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Product Feature*, dan Harga Mobil Toyota Terhadap Loyalitas Konsumen dengan mengambil lokasi penelitian di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas yang terdiri dari *Brand Image*, *Product Feature*, dan Harga, sedangkan variabel terikatnya adalah Loyalitas Konsumen.

Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* dari *Pearson* dan uji reliabilitas dengan rumus koefisien *alpha cronbach*. Sebelum kuesioner disebar diujikan kepada 100 orang responden dan kemudian diuji dengan program komputer SPSS 11.5 dengan hasil valid dan reliabel.

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa secara simultan variabel atribut produk yang terdiri dari *Brand Image*, *Product Feature*, dan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen pada produk mobil Toyota di Yogyakarta. Begitu juga dengan hasil secara parsial menunjukkan bahwa ketiga variabel atribut produk berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, dan *Brand Image* terbukti merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen.



4. Ibu, Kakak, Adik yang telah memberikan doa, dorongan, dan bimbingan dengan penuh kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Alm. Bapak, terima kasih atas kenangan indah yang telah diberikan. Maafkan ananda karena belum sempat membahagiakan bapak.
6. Dhison Vorenandri Kusuma, terima kasih atas cinta, kasih sayang dan pengorbanan yang telah diberikan.
7. Bulik Ida, Mas Sis, dan Hilmi terima kasih atas bantuan dan dukungannya.
8. Dewi, Reni, Mei, Heny, Feri, Dana, dan teman-teman kampusku semua jangan lupain aku setelah lulus.
9. Teman-teman seperjuangan dimanapun kalian berada sukses selalu.
10. Semua pihak dimanapun yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini jauh dari sempurna mengingat segala keterbatasan yang ada. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan dan pengembangan selanjutnya.

Semoga karya tulis dalam skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat digunakan sebaaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, Agustus 2006

Penulis

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pikiran guna mengetahui faktor yang dominan dari ketiga variabel tersebut dalam mempengaruhi loyalitas konsumen serta menjadi pertimbangan dalam pengambilan kebijakan di perusahaan sehingga menjadi evaluasi yang berharga.

c. Bagi Pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pembaca kajian ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan bidang pemasaran.



disebabkan karena produk ini telah menggunakan sistem AC, *Audio, Power door lock, Brake Assist System, Mirror, dan Power steering* telah menggunakan teknologi modern dan terbaru, sehingga langkah ini diharapkan akan mampu meningkatkan daya tarik konsumen.

3. Menentukan kebijakan harga yang sesuai dengan kualitas produk.

Hal ini penting karena harga yang terlalu rendah dapat dianggap sebagai produk yang tidak berkualitas, namun harga yang terlalu tinggi akan sulit dijangkau oleh konsumen. Untuk itu hendaknya ditetapkan harga yang sesuai termasuk harga *spare part* asli Toyota.

Hal ini penting karena konsumen dalam memutuskan pembelian mendasarkan pada berbagai pertimbangan. Pertimbangan tersebut antara lain adalah harga yang dikeluarkan apakah seimbang dengan kualitas yang didapat, asosiasi yang tercipta di benak konsumen mengenai produk tertentu, informasi mengenai produk dan spesifikasi produk, bentuk, serta kepuasan yang akan diperoleh. Dengan pertimbangan-pertimbangan di atas kemudian konsumen akan memilih merek yang paling sesuai. Banyaknya perusahaan yang menawarkan berbagai keunggulan saat ini akan mempengaruhi kepercayaan merek bagi konsumen. Konsumen akan memegang peranan penting dalam menentukan suatu merek kemudian memutuskan untuk tetap menggunakan produk merek tertentu atau beralih ke merek lain.

hasil uji t hitung $>$ t tabel. Sedangkan besarnya pengaruh variabel harga terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 19,8%.

5.2 Saran

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi produsen mobil Toyota berkaitan dengan pengaruh Atribut produk terhadap Loyalitas Konsumen yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan variabel *Brand Image*, yaitu dengan membuat mobil Toyota yang mudah perawatan dan membuka cabang atau dealer yang menyediakan suku cadang, sehingga konsumen tidak perlu susah mencari suku cadang mesin apabila mobilnya mengalami kerusakan.
2. Meningkatkan variabel *Product Feature* yaitu dengan meningkatkan keragaman dan variasi produk, mengingat konsumen adalah kelompok yang memiliki karakteristik berbeda-beda, sehingga kebutuhan mereka juga berbeda-beda. Misalnya pada segmen kawula muda yang dinamis disediakan gaya *sporty* dan *audio-system* yang mantap bagi penyuka musik. Peningkatan kualitas terutama pada *Product Feature* bahan baku, model dan desain eksterior maupun interior dibuat menarik, dan menggunakan teknologi *Brake Assist System* (ABS) pada sistem pengeremannya.
3. Memantapkan kepercayaan pada konsumen bahwa harga yang ditetapkan telah sesuai dengan mutu atau kualitas produk, misalnya dengan menyediakan *spare part* yang berkualitas dengan harga yang sesuai.