

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND COMMUNITY TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PENGGUNA YAMAHA V-IXION (STUDI PADA KLUB MOTOR YAMAHA V-IXION CLUB LAMPUNG)

Oleh

HERNADY

V-Ixion sebagai salah satu ujung tombak Yamaha di medium segment motor sport untuk dapat menggerus Honda sebagai pemimpin pasar semakin terbukti mengangkat pangsa pasar Yamaha mendekati Honda. Dengan adanya upaya merebut posisi sebagai pemimpin pasar melalui kualitas produk dan perhatian terhadap komunitas merek (brand community), maka dapat diupayakan strategi yang lebih baik sehingga loyalitas konsumen terhadap merek Yamaha dapat dijaga.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menghitung besarnya pengaruh kualitas produk dan brand community terhadap loyalitas merek pada pengguna Yamaha V-Ixion di Bandar Lampung.

Metode penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis inferensial dalam upaya mengetahui pengaruh kualitas produk dan brand community terhadap loyalitas merek. Analisis deskriptif dilakukan melalui analisis tabulasi, sedangkan analisis inferensial dilakukan melalui regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas merek $= 24,845 + 0,343 X_1$. Nilai $t_{hitung} = 2,890 > t_{tabel} = 2,000$, membuktikan benar “Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas merek pada pengguna Yamaha V-Ixion”. Persamaan regresi pengaruh brand Community terhadap loyalitas merek $= 23,553 + 0,379 X_2$. Nilai $t_{hitung} = 23,046 > t_{tabel} = 2,000$, membuktikan benar “Terdapat pengaruh brand community terhadap loyalitas merek pada pengguna Yamaha V-Ixion”. Persamaan regresi pengaruh pengaruh kualitas produk dan brand community terhadap loyalitas merek $= 10,647 + 0,331 X_1 + 0,367 X_2$. Nilai $F_{hitung} = 9,744 > F_{tabel} = 4,00$, membuktikan benar “Terdapat pengaruh kualitas produk dan brand community terhadap loyalitas merek pada pengguna Yamaha V-Ixion”.

Kesimpulan yang diberikan yaitu penting bagi perusahaan untuk secara kontinyu meningkatkan kualitas produk agar senantiasa dapat bersaing dan mendapat kepercayaan dari konsumen serta pentingnya bagi Yamaha untuk menjaga kesadaran bersama, menghormati ritual dan tradisi pada komunitas Yamaha V-Ixion serta menanamkan rasa tanggung jawab moral berdampak positif terhadap loyalitas merek Yamaha V-Ixion.

Kata Kunci : produk, kualitas, merek, komunitas, loyalitas.

ABSTRACT

INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND COMMUNITY TO BRAND LOYALTY AT YAMAHA V-IXION'S USER (STUDY AT YAMAHA VIXION CLUB LAMPUNG MOTOR CLUB)

By

HERNADY

V-Ixion as a spearhead Yamaha in the medium of motor sport segment to undermine Honda's proven market leader raised the market share approaching of Yamaha. In an effort to take a position as a market leader through product quality and attention to community brand (brand community), it can be a better strategy pursued so that consumer loyalty to the brand Yamaha is maintained.

The purpose of this study is to determine and quantify the effect of product quality and brand loyalty brand community on Yamaha V-Ixion users in Bandar Lampung.

The method used in this research is using qualitative analysis and quantitative analysis, which seeks to determine the effect of product quality and brand community brand loyalty. Descriptive analysis through tabulation analysis, whereas inferential analysis done by multiple linear regression and hypothesis testing using SPSS.

The results showed regression effect of product quality on brand loyalty $Y = 24.845 + 0.343 X_1$. $t_{count} = 2.890 > t_{table} = 2.000$, proving correct "There is influence on product quality in the user's brand loyalty Yamaha V-Ixion". The regression equation brand influence brand loyalty Community $Y = 23.553 + 0.379 X_2$. $t_{count} = 23.046 > t_{table} = 2.000$, proving correct "There is the influence of brand community brand loyalty on users Yamaha V-Ixion". The regression equation influences the effect of product quality and brand community brand loyalty $Y = 10.647 + 0.331 X_1 + 0.367 X_2$. $F_{count} = 9.744 > F_{table} = 4.00$, proving correct "There is the influence of the quality of the product and the brand community brand loyalty on users Yamaha V-Ixion".

Conclusions given the importance for companies to continuously improve product quality in order to compete and continue to earn the trust of consumers and the need for Yamaha to maintain mutual awareness, respect the rituals and traditions of the community as well as the Yamaha V-Ixion instill a sense of moral responsibility have a positive impact brand loyalty of Yamaha V-Ixion.

Keyword: product, quality, brand, community, loyalty.