

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN GITAR ELEKTRIK *EPIPHONE* DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Anggarawan Fiandinata

Gitar epiphone adalah sebuah produk gitar elektrik yang termasuk kedalam jajaran merek gitar yang memiliki karakteristik gitar yang dikenal, data menunjukkan rating pemakaian gitar ini pada tahun 2012 menduduki peringkat pertama. Merek gitar lain yang dalam hal ini termasuk pesaingnya belum bisa mendahului pangsa pasar dari merek gitar epiphone ini yaitu sebanyak 30% di Bandar Lampung. Jika dilihat dari rating dan sekaligus pangsa pasar yang baik tersebut tentu merek ini dikenal di kalangan musisi ataupun konsumen umum lainnya.

kemudian muncul masalah terhadap penjualan gitar *Epiphone*, data berikutnya menerangkan bahwa gitar epiphone mengalami masalah dalam penjualan yaitu penurunan yang fluktuatif dalam penjualannya sehingga ini mengacu pada niat beli dari konsumen tersebut juga naik dan turun. Tujuan penelitiannya adalah

untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap niat beli ulang konsumen di Bandar Lampung. Berdasarkan permasalahan maka hipotesis dalam skripsi ini adalah terdapat pengaruh citra merek terhadap niat beli ulang gitar elektrik *Epiphone* di Bandar Lampung

Metode pengumpulan data yang dilakukan melalui kuesioner dengan sampel sebanyak 100 orang yang dipilih secara acak dalam sebuah komunitas musik yaitu Komunitas Gitaris Lampung yang berjumlah 536 orang. Validitas dan reliabilitas akan dianalisis lebih lanjut dari hasil kuesioner 100 responden menggunakan analisis faktor sehingga menghasilkan kelayakan untuk pengujian selanjutnya. Pengolahan data untuk mengetahui pengaruh variabel yaitu menggunakan analisis regresi linier sederhana dan uji kausalitas hipotesis (uji t).

Pada analisis regresi linier sederhana didapati persamaan regresi $Y=8,865+0,350X$, sedangkan hasil uji t didapatkan nilai yang signifikan dimana perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} adalah $3,698 > 1,984$ atau t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} pada taraf signifikan 95%. Dengan demikian maka citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli ulang konsumen gitar elektrik *epiphone*. Sehingga hasil analisis ini mendukung teori yang mengungkapkan bahwa semakin tinggi citra merek suatu produk maka semakin baik niat konsumen untuk membelinya.

Kata kunci: Citra merek dan niat beli konsumen.