

ABSTRAK

PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA PADA PERILAKU PEMBELIAN ULANG KONSUMEN BENGKEL RESMI YAMAHA RICO SURYA MOTOR BANDAR LAMPUNG

Oleh

NICKY SURYA PUTRI

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung

Bengkel Yamaha Rico Surya Motor Bandar Lampung adalah perusahaan yang bergerak dibidang otomotif kendaraan bermotor. Permasalahan dalam penelitian ini adalah Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Kepuasan serta Perilaku Pembelian Ulang. Masalah dalam Kepuasan Konsumen penurunan jumlah konsumen yang melakukan service maupun penggantian suku cadang dikarenakan banyaknya pesaing dari Bengkel resmi Yamaha maupun Bengkel tidak resmi, perbandingan harga dan kepuasan pada pelayanan yang cenderung mengalami antrian pada akhir pekan sehingga mempengaruhi perilaku pembelian ulang konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek terhadap kepuasan serta dampaknya pada perilaku pembelian ulang konsumen. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisisioner dengan skala Likert yang disebar pada konsumen Bengkel Rico Surya Motor. Teknik penyebaran kuisisioner dilakukan menggunakan sampel konsumen Rico Surya Motor, Uji analisis yang digunakan adalah uji regresi linier berganda dan sederhana.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Ekuitas Merek berpengaruh terhadap Niat Beli Ulang, kepuasan berpengaruh terhadap Niat Pembelian Ulang serta kepuasan merupakan variable full mediasi bagi pengaruh Ekuitas Merek terhadap Niat Pembelian Ulang. Saran bagi Bengkel Yamaha Rico Surya Motor adalah menurunkan biaya service dikarenakan masih terdapat konsumen yang menyatakan bahwa biaya di Bengkel Yamaha Rico Surya Motor lebih mahal dibandingkan bengkel lain dan dapat membuka layanan *booking service* terlebih dahulu agar kepuasan konsumen dapat meningkat.

Kata Kunci: Ekuitas Merek, Kepuasan, Niat Beli Ulang.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND EQUITY ON SATISFACTION AND ITS IMPACT ON RE-PURCHASE BEHAVIOR OF YAMAHA RICO SURYA MOTOR BANDAR LAMPUNG.

By

NICKY SURYA PUTRI

Management, Faculty of Economics and Business, University Of Lampung

Yamaha Rico Surya Motor Workshop Bandar Lampung is a company engaged in the motorcycles automotif sector. The problems in this research are The Influence of Brand Equity on Satisfaction and Repurchase Behavior. Problems in Customer Satisfaction is the decrease in the number of consumers who service and replace spare parts due to the large number of competitors from Yamaha official workshops and unofficial workshops, price comparisons and satisfaction with services that tend to experience queues on weekends, thus affecting consumer repurchase behavior.

This study aims to determine the effect of brand equity on satisfaction and its impact on consumer repurchase behavior. The method of collecting data in this study is questionnaire with a Likert scale which was distributed to consumers of Rico Surya Motor. The questionnaire distribution technique was carried out using a sample technique, the test analysis used was multiple and simple linear regression tests.

The results of this study shows that brand equity has an effect on repurchase intention, satisfaction affects repurchase intention and satisfaction is a full mediating variable for the effect of brand equity on repurchase intention. The suggestion for the Rico Surya Motor Repair Shop is to reduce service costs because there are still consumers who claim that the cost at the Rico Surya Motor is more expensive than other repair shop and can open a booking service first so that customer satisfaction can increase.

Keywords: Brand Equity, Satisfaction, Repurchase Behavior.