

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kesesuaian citra diri terhadap kesukaan merek menganalisis pengaruh kesesuaian diri terhadap kepuasan konsumen dan untuk mengetahui tingkat kesesuaian citra diri dengan merek yang digunakan akan memiliki tingkat kesukaan akan merek dan kepuasan yang berbeda. Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari semua fakultas yang ada di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yaitu pengguna LAPTOP merek Toshiba. Sedangkan obyek dari penelitian ini adalah LAPTOP merek Toshiba. Alat analisis yang digunakan adalah Regresi sederhana dan MANOVA.

Hasil penelitian menunjukkan, adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kesesuaian citra diri seorang konsumen dengan suatu merk produk terhadap kesukaan akan merk produk laptop merk toshiba. Ada pengaruh yang positif signifikan antara kesesuaian citra diri seorang konsumen dengan suatu merk produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan laptop Toshiba. Konsumen pada berbagai tingkatan kesesuaian citra diri dengan merk yang digunakan akan memiliki tingkat kesukaan akan merk dan kepuasan yang berbeda.

Kata Kunci: Kesesuaian Citra Diri, Kesukaan Merek, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This Research to analyze the influence of self image to likely brand, analyzing influence of self to consumer satisfaction and to know the level of self image with the brand that used will have level of brand and different satisfaction. Subject in this research is student for all faculties in Muhammadiyah University of Yogyakarta that using Toshiba Notebook. Analyze appliance used simple regression and MANOVA.

Result of research refer to existence of positive influence and significant between self image of a consumer with a brand product to consumer satisfaction that used the Toshiba notebook. Consumer at various level of self image to brand and different satisfaction.

Keywords: Influence of self image, Likely Brand, Consumer Satisfaction