

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik merek, karakteristik perusahaan dan karakteristik pelanggan merek terhadap loyalitas pelanggan *Outlet Planet Surf Yogyakarta*.

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode survey menggunakan kuisisioner. Populasi yang digunakan adalah pelanggan *Outlet Planet Surf Yogyakarta* dengan kriteria konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian minimal satu kali dalam tiga bulan terakhir. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis yang meliputi: uji validitas dan uji reliabilitas, regresi linier berganda, pengujian hipotesis melalui Uji Signifikansi Parameter Individual (uji statistik t), Uji Signifikansi secara bersama-sama (uji statistik F) serta analisis koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel bebas yaitu karakteristik merek (X1), karakteristik perusahaan (X2), karakteristik pelanggan merek (X3) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Pengujian secara parsial juga menunjukkan semua variabel secara parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Karakteristik Pelanggan Merek, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This research aims to investigate the effect of brand characteristic, company characteristic and customer's brand characteristic toward customer's loyalty in Outlet Planet Surf Yogyakarta.

This research is quantitative in nature by using survey method with questionnaire. The population of the research is the customer in Outlet Planet Surf Yogyakarta, by using the criteria of customer who made a purchase transaction at least once in the last three months. The samples are 100 respondents by using purposive sampling technique. The method of analysis being used is the quantitative analysis which include: validity test and reliability test, double linear regression, and the hypothesis is tested by using Individual Parameter Significance Test (statistical test t), simultaneous significance test (statistical test f) and determination coefficient analysis (R^2).

The result of the research shows that simultaneously the three free variables which are brand characteristic (X1), company characteristic (X2), and customer's brand characteristic (X3) positively and significantly affect the customer's loyalty (Y). Partial test also shows that all of the respective variables positively and significantly affect the customer's loyalty.

Keywords: brand characteristic, company characteristic, customer's brand characteristic, customer's loyalty