

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Yamaha Mio di Semarang (Studi Kasus: PT Yamaha Agung Motor Semarang)

ANISSA FAUZIYAH

(Pembimbing : Dr. Amron, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201202698@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari citra merek, kualitas produk, kepercayaan dan periklanan terhadap keputusan pembelian dan loyalitas melalui kepuasan pelanggan sepeda motor Yamaha Mio di Semarang (Studi Kasus: PT Yamaha Agung Motor Semarang). Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui metode survei dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang menggunakan sepeda motor Yamaha Mio di PT Yamaha Agung Motor Semarang dan metode analisis data dilakukan dengan SEM (Structural Equation Model) menggunakan software AMOS v.22. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 138 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu teknik Purposive Sampling. Kualitas data ditentukan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian, kepercayaan mempengaruhi keputusan pembelian, periklanan mempengaruhi keputusan pembelian, keputusan pembelian mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Citra Merek; Kualitas Produk; Kepercayaan; Periklanan; Keputusan Pembelian; Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

**The Influence of Brand Image, Product Quality, Trust and Advertising
on Purchasing Decision and Customer Loyalty through Customer
Satisfaction of Motorcycle Yamaha Mio in Semarang (Case Study: PT
Yamaha Agung Motor Semarang)**

ANISSA FAUZIYAH

(Lecturer : Dr. Amron, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201202698@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of brand image, product quality, trust and advertising on purchasing decisions and customer loyalty through customer satisfaction of motorcycle Yamaha Mio in Semarang (Case Study: PT Yamaha Agung Motor Semarang). The data collection in this study was conducted through survey method with type of research quantitative descriptive by spreading questionnaires to customers who use Yamaha Mio motorcycle in PT Yamaha Agung Motor Semarang and methods of data analysis conducted by SEM (Structural Equation Model) using AMOS software v.22. The sample used in this study was 138 respondents using sampling technique that purposive sampling technique. The data quality is determined using validity and reliability test. The results of this study indicate that have positive and significant influence among product quality has influence on purchasing decisions, trust has influence on purchasing decisions, advertising has influence on purchasing decisions, purchasing decisions has influence on customer satisfaction and customer satisfaction has influence on customer loyalty.

Keyword : Brand Image; Product Quality; Trust; Advertising; Purchasing Decisions; Customer Satisfaction and Customer Loyalty