

HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK DAN LOYALITAS PELANGGAN DENGAN MINAT MEMBELI KOSMETIK PADA REMAJA PUTRI

Oleh:

Satria Puri Legowati

Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kaitan hubungan antara citra merek dan loyalitas pelanggan dengan minat membeli kosmetik pada remaja putri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah siswi perempuan SMA negeri 2 Semarang dengan menggunakan *cluster random sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga skala yaitu skala citra merek, skala loyalitas pelanggan dan skala minat membeli.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama dengan teknik regresi linier berganda dihasilkan korelasi ($R_{y(1,2)}$) sebesar 0,892, Fhitung 323,592 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Ada hubungan antara citra merek dengan loyalitas pelanggan terhadap minat membeli kosmetik pada remaja putri. Citra merek dan loyalitas pelanggan pada penelitian ini memberikan sumbangan efektif sebesar 80% yang dapat dilihat dari koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,792.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan teknik korelasi parsial. Uji hipotesis kedua untuk mengetahui hubungan antara citra merek dengan minat membeli kosmetik pada remaja putri. Hasil perhitungan menunjukkan nilai korelasi $r_{1y} = 0,877$ dengan taraf signifikan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara citra merek dengan minat membeli kosmetik pada remaja putri.

Hipotesis ketiga untuk mengetahui hubungan antara loyalitas pelanggan dengan minat membeli kosmetik pada remaja putri. Hasil perhitungan menunjukkan nilai korelasi $r_{1y} = 0,396$ dengan taraf signifikan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan hipotesis ketiga diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara loyalitas pelanggan dengan minat membeli kosmetik pada remaja putri.

Kata Kunci : minat membeli, citra merek, dan loyalitas pelanggan

CORELATION BETWEEN BRAND IMAGE AND CUSTOMER LOYALTY WITH INTEREST BUYING COSMETICS IN TEENAGE GIRLS

By:

Satria Puri Legowati

Faculty of Psychology Islamic University of Sultan Agung Semarang

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the connection between the brand image and customer loyalty to interest of buying cosmetics for teenage girls. This research was using quantitative approach with the sample of research is female students of SMA Negeri 2 Semarang by using *Cluster Random Sampling*. There are three scales methods of collecting the data in this study, they are the brand image scale, customer loyalty scale and the scale of buying interest.

Based of first hypothesis result test by using the multiple linear regression technique resulted the correlation ($R_{y(1,2)}$) equal to 0,892, F counted 323,592 with the significance level equal to 0,000 ($p < 0,05$). The result showing that there is relationship between brand image and customer loyalty toward cosmetics teenage girls. The research of brand image and customer loyalty given the effective contribution amount 80% which coefficient of determination we have seen (R^2) equal to 0,792.

The second hypothesis of this study was tested by using partial correlation technique. The second hypothesis test is to find out the connection between the brand image and the interested of buying cosmetics for teenage girls. The result showing the correlation value $r_{Yy} = 0.877$ with the significant level $p = 0,000$ ($p < 0,05$). This result showed if second hypothesis was accepted. It shows that there is a positive connection between the brand images with the interest of buying cosmetics for teenage girls.

The third hypothesis is to determine the connection between the customer loyalty with the interest of buying cosmetics for for teenage girls. The calculation showed that the correlation value $r_{Yy} = 0,396$ with significant level $p = 0,000$ ($p < 0,05$). This result showed if second hypothesis was accepted. It shows there is a positive connection between the customer loyalty with the interest of buying cosmetics for teenage girls.

Word keys : interest of buying cosmetics, brand image and customer loyalty