

# Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen : Aplikasi Model Loyalitas Cretu and Brodie (2005) pada Pasar Konsumen Laptop Sony Vaio = The Factors that Influence Customer Loyalty: An Application of Cretu & Brodie's (2005) Loyalty Model in Consumer Market Sony Vaio Laptop

Fitria Heryani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20340990&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Penelitian ini meneliti peranan citra merek dan reputasi perusahaan dalam proses penciptaan loyalitas pelanggan melalui nilai pelanggan dan kepuasan keseluruhan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan loyalitas pelanggan. Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna laptop Sony Vaio. Merek Sony Vaio dipilih karena merek tersebut menggunakan nama perusahaan induknya untuk merek produknya. Responden yang digunakan adalah mahasiswa dan karyawan yang menggunakan laptop Sony Vaio. Metode yang dipakai dalam pengolahan data adalah menggunakan Structural Equation Modeling (SEM), dengan perangkat lunak LISREL 8.51.

Hasil dari penelitian menyimpulkan bahwa citra merek dan reputasi perusahaan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap penciptaan loyalitas. Akan tetapi citra merek dan reputasi perusahaan menciptakan loyalitas melalui variabel mediasi kepuasan keseluruhan. Hal ini menandakan bahwa kepuasan keseluruhan memiliki peranan penting sebagai variabel mediasi yang menjembatani citra merek dan reputasi perusahaan menuju loyalitas.

.....This research tries to investigate the role of brand image and company reputation in customer loyalty creation process through customer value and overall satisfaction. Result of the research is predicted to give an understanding about the factors that influence customer loyalty creation process. The object of this study is Sony Vaio laptop. Sony Vaio brand was chosen because it uses its company name as its product brand. The students and employees who use Sony Vaio laptop were employed as respondents. Method which applies for data analyzing purpose is Structural Equation Modeling (SEM) using LISREL 8.51 as a software tool.

Result of this study shows that brand image and company reputation have no direct impact on loyalty creation process. But, brand image and company reputation drives loyalty through the mediating role of overall satisfaction. These results give a perspective that overall satisfaction has a significant role as mediating variable that connects to loyalty.