

ABSTRAKSI

Rinto Sudiono. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Mitsubishi Pajero Sport : Studi pada dealer mobil Mitsubishi PT.Setiakawan Pahala Motor Wilayah Pluit Jakarta Utara. (dibimbing Oleh Tantri Yanuar Rahmat Syah,SE,MSM.).

Tahun 2012 menjadi tahun kedua secara berturut-turut mencapai rekor penjualan tertinggi sepanjang sejarahnya berdirinya PT.KTB selaku ATPM Mobil Mitsubishi di Indonesia. Pemecahan Rekor ini pun ditunjang dengan meningkatnya penjualan *passanger car* dari tahun sebelumnya. Dan ini membuktikan eksistensi Mitsubishi Pajero sport mempertahankan penjualannya.

Metode yang digunakan adalah *structural equation model*, dari hasil penelitian, penulis menyimpulkan bahwa citra merek yang diterapkan PT.Setiakawan pahala motor belum tentu dapat menciptakan rasa loyal dari konsumen, serta hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa kualitas produk yang baik belum tentu membuat konsumen menjadi loyal terhadap produk Mitsubishi Pajero Sport dan kualitas produk yang baik belum tentu meningkatkan citra merek Mitsubishi Pajero sport dimata konsumen.

Kata kunci :

Citra Merek, Kualitas Produk, dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Rinto Sudiono. *Influence of Brand Image and Product Quality on Customer Loyalty Mitsubishi Pajero Sport: Studies on Mitsubishi car dealerships PT.Setiakawan Pahala Motor areas Pluit in North Jakarta. (guided By Tantri Yanuar Rahmat Syah, SE, MSM.).*

The year 2012 became the second year in a row to reach the highest sales record in the history of the founding of PT.KTB as car manufacturers Mitsubishi Cars diindonesia. Pemecahan record is also supported by the increased sales of passanger car from the previous year. And this proves the existence of the Mitsubishi Pajero sport maintain sales.

The method used is structural equation modeling, the results of the study, the authors concluded that brand image is applied to the motor is not necessarily reward PT.Setiakawan can create a sense of loyalty from consumers, as well as the results of this study concluded that the good product quality not necessarily make consumers become loyal Mitsubishi Pajero Sport to the product and a good quality product does not necessarily enhance the brand image of Mitsubishi Pajero sport in the eyes of consumers.

Keywords:

Brand Image, Product Quality and Consumer Loyalty