

ABSTRAK

Yuke Luviana (0803082), “**Pengaruh Variasi Produk dan *Switching Barrier* Terhadap Loyalitas Pelanggan** (Survei pada Pelanggan Sepeda Motor Matic Yamaha di Kelurahan Citeureup Cimahi Utara). Di bawah bimbingan Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P

Persaingan pada industri otomotif khususnya sepeda motor saat ini cukup tinggi. Banyaknya jenis produk sepeda motor yang ditawarkan berpengaruh pada naik turunnya pangsa pasar industri sepeda motor seperti jenis sepeda motor matic. Yamaha merupakan merek salah satu produsen produk sepeda motor yang mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir ini. Varian produk yang ditawarkan oleh Yamaha saat ini belum mampu memaksimalkan potensi yang ada untuk menciptakan produk yang lebih kreatif dan inovatif guna mempengaruhi konsumen agar tetap menggunakan produknya, serta memberikan pelayanan yang terbaik guna menghambat berpindahnya konsumen yang mengakibatkan terjadinya penurunan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu Yamaha melakukan strategi pemasaran melalui variasi produk dan *switching barrier* sebagai upaya menarik dan mempertahankan perhatian konsumen.

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui gambaran tingkat variasi produk dalam membangun loyalitas pelanggan, (2) untuk mengetahui gambaran tingkat *switching barrier* dalam membangun loyalitas pelanggan, (3) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variasi produk dan *switching barrier* terhadap loyalitas pelanggan. Objek dalam penelitian ini adalah pelanggan sepeda motor matic pada pengguna sepeda motor matic Yamaha di Kelurahan Citeureup Cimahi Utara. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah variasi produk dan *switching barrier*, sedangkan loyalitas pelanggan merupakan variabel terikat. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif, dan metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan teknik *cluster random sampling* dengan jumlah sampel 88 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan alat bantu software komputer SPSS 20.0.

Hasil yang diperoleh menghasilkan gambaran variasi produk dan *switching barrier* terletak pada kategori sedang. Itu berarti variasi produk dan *switching barrier* dilaksanakan dengan cukup baik oleh PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing selaku perusahaan yang memproduksi sepeda motor matic. Variasi produk dan *switching barrier* memiliki pengaruh sebesar 49,3% terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil penelitian terhadap pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa variasi produk dan *switching barrier* memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : variasi produk, *switching barrier*, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

Yuke Luviana, 0803082, *The Effect of Product Variations and Switching Barrier on Customer Loyalty (Survey on User Matic Yamaha Motorcycles in Coventry Village North Cimahi)*, under the guidance of Dr. Hj. Ratih Hurriyati, M.P.

Competition in the automotive industry, especially motorcycles currently quite high. The many types of motorcycle products offered affect the ups and downs of the market share of the motorcycle industry such as the type of motorcycle matic. Yamaha is one of the leading brand motorcycle products that experienced a significant decline in sales in the past few years. Varian products offered by Yamaha has not been able to maximize the potential that exists to create products that are more creative and innovative in order to influence consumers to keep using the product, as well as providing the best service in order to inhibit the migration of consumers which resulted in a decline in customer loyalty. Therefore Yamaha perform marketing strategy through product variations and switching barrier as an effort to attract and retain the attention of consumers.

This study aimed (1) to describe the level of product variety in building customer loyalty, (2) to describe the level of switching barrier in building customer loyalty, (3) to determine how much influence the variety of products and switching barrier on customer loyalty. The object of this research is the customer matic motorcycle on matic Yamaha motorcycle users in the Village Coventry North Cimahi. The independent variable in this study is the variety of products and switching barrier, while customer loyalty is the dependent variable. This type of research is descriptive verification, and the method used is explanatory survey with random cluster sampling technique with a sample of 88 respondents. The data analysis technique used is multiple linear analysis tools SPSS 20.0 software.

The results produce a picture of the variety of products and switching barrier lies in the medium category. That means the product variations and switching barrier executed well enough by PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing as the company that manufactures motorcycles matic. Product variations and switching barrier of 49.3 % influence on customer loyalty. From research to test the hypothesis can be seen that the variation of products and switching barrier has a positive effect on customer loyalty.

Keywords: product variation, switching barrier, customer loyalty.