

ABSTRAK

Aliza Ikrima (1303399), **Analisis Kinerja Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek (Survei Pada Member Busana Muslim Shafira di Kota Bandung)**, di bawah bimbingan Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos, S.Pd, M.M.

Indonesia ditargetkan menjadi kiblat fesyen busana muslim Asia pada 2018 dan kiblat fesyen busana muslim Dunia pada 2020. Target tersebut dilandasi oleh perkembangan bisnis busana muslim di Indonesia yang terus melaju dengan pesat. Fenomena ini menimbulkan tingkat persaingan dalam bisnis busana muslim menjadi tinggi, khususnya dalam loyalitas merek. Salah satu merek busana muslim tertua di Indonesia yaitu Shafira mengalami penurunan dalam perkembangan jumlah member dan penjualan produk pada periode 2010-2013 yang mengindikasikan turunnya loyalitas merek Shafira. Salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen untuk loyal terhadap merek adalah citra merek dan kepuasan pelanggan. Citra merek yang positif dan kepuasan pelanggan yang tinggi akan menciptakan loyalitas merek. Responden dalam penelitian ini adalah member busana muslim Shafira di kota Bandung. Metode yang digunakan adalah deskriptif survei. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif antara citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek. Untuk mengukur pengaruh tersebut digunakan *path analysis*. Dari hasil penelitian citra merek dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. Secara parsial kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek, sedangkan citra merek berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas merek. Hal yang perlu dilakukan oleh Shafira adalah mengarahkan citra merek kepada kepuasan pelanggan untuk mendapatkan loyalitas merek.

Kata kunci: loyalitas merek, citra merek, kepuasan pelanggan, Shafira

ABSTACT

Aliza Ikrima (1303399), *Analysis Of Brand Image Performance And Customer Satisfaction On Brand Loyalty (A Survey of Shafira Muslim Fashion Brand Member in Bandung)*, under the guidance of Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos, S.Pd, M.M.

Indonesia is targeted to become Asia muslim fashion center in 2018 and the World muslim fashion center in 2020. The target is based on the business development of muslim fashion in Indonesia that continue moving rapidly. This phenomenon raises the level of competition in the muslim fashion business, especially in brand loyalty. As one of the oldest muslim fashion brand in Indonesia, Shafira decrease growth number of members and growth sale of products in the period 2010-2013, which indicates a decline in brand loyalty. One of the factors that influence consumers to be loyal to the brand is the brand image and customer satisfaction. A positive brand image and high customer satisfaction will create brand loyalty. Respondents in this study are members of Shafira muslim fashion brand in Bandung. The method is descriptive survey. The hypothesis of the study is there are positive influence between brand image and customer satisfaction on brand loyalty, to measure these effects of the variable by using path analysis. From the research, brand image and customer satisfaction has simultaneous and significantly positive influence on brand loyalty. Partially, customer satisfaction has significantly positive effect on brand loyalty, while the brand image has significantly negative effect on brand loyalty. Shafira needs to directing the brand image to customer satisfaction to obtain brand loyalty.

Keywords: brand loyalty, brand image, customer satisfaction, Shafira