

ABSTRAK

Rifqi Zaki Muhammad, 1304364 “Pengaruh *Brand Love* Terhadap *Brand Loyalty* Pada *Brand CBR 250* (Survei pada Pengguna Sepeda Motor Honda CBR 250 di Kota Bandung)”, dibawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak. MBA dan Dr. Ayu Krishna Yulawati, S.Sos., M.M.

Industri otomotif yang terus berkembang telah menciptakan sebuah fenomena dimana motor *sport* mulai di minati oleh masyarakat dan menjadikan banyaknya variasi *brand* motor *sport* berlomba untuk bersaing di pasaran sepeda motor Indonesia. Beberapa faktor yang menyatakan bahwa *brand loyalty* pada *brand CBR 250* di kota Bandung yang disinyalir rendahlah yang menjadi permasalahan, dan apakah ada pengaruh *brand love* terhadap *brand loyalty* pada *brand CBR 250* itulah yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *brand love* dan *brand loyalty* serta menganalisis pengaruh *brand love* terhadap *brand loyalty* pada *brand CBR 250*. Dalam penelitian ini variable bebas (X) yaitu *brand love*, sedangkan variable terikat (Y) yaitu *brand loyalty*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Subyek penelitian ini adalah pengguna CBR 250 di kota Bandung dengan sampel sejumlah 86 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *accidental sampling*. Teknis analisis yang digunakan adalah uji normalitas, koefisien korelasi *pearson*, analisis regresi sederhana, dan analisis uji T menggunakan *software SPSS*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand love* dan *brand loyalty* berada pada kategori tinggi. Hasil perhitungan korelasi menunjukkan variable *brand love* memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand loyalty* pada pengguna sepeda motor Honda CBR 250 di kota Bandung.

Kata kunci : *Brand Love, Brand Loyalty.*

ABSTRACT

RifqiZaki Muhammad, 1304364 “The Influence of Brand Love on the brand loyalty of the CBR 250 brand (Survey on Honda CBR 250 Users in Bandung)”, Under the Guidance of Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak. MBA and Dr. Ayu Krishna Yuliawati, S.Sos., M.M.

The growing of an automotive industry has created a phenomenon in which a sportsbike began to be in the interest in the society and made many variations of sportsbike brand competing in the Indonesian motorcycle market. Some of the factors that stated that brand loyalty on the CBR 250 brand in bandung of allegedly low is the problem, and whether there is influence between the brand love and brand loyalty on the CBR 250 brand is the main problem in this study.

This study aims to find out the image of brand love and brand loyalty, and to analyze the effect of brand love on brand loyalty on the CBR 250 brand. In this study, the independent variable (X) is brand love, while the dependent variable (Y) is brand loyalty. The method used in this research is descriptive and verification method. The subjects of this study are the users of CBR 250 in bandung with a sample of 86 respondents by using an accidental sampling technique. The technical analysis is the normality test, pearson correlation coefficient, simple regression analysis, and ttest analysis using SPSS software.

The results from this research showed that brand love and brand loyalty variables are in the high category, and the Correlation calculation results show the brand love variables on brand loyalty has a significant influence on the brand loyalty of the CBR 250 brand on the honda CBR 250 users in bandung.

Key Words : Brand Love, Brand Loyalty.