

HUBUNGAN ANTARA KEPUASAN KONSUMEN DENGAN LOYALITAS MEREK PADA MAHASISWA PENGGUNA IPHONE DI YOGYAKARTA

Arya Ana Mulya Pujaanta

Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

aryapujaanta@gmail.com

Abstrak

Peran teknologi komunikasi saat ini menjadi sangat penting karena banyaknya tuntutan kebutuhan akan pertukaran informasi yang dilakukan oleh mahasiswa, perubahan perilaku ini kemudian ditangkap oleh perusahaan *Apple* dalam membuat *smartphone* yaitu *Iphone*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas merek pada mahasiswa pengguna *Iphone* di Yogyakarta. Hipotesis yang di ajukan yaitu ada hubungan positif antara kepuasan konsumen dengan loyalitas merek pada mahasiswa pengguna *Iphone* di Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna *Iphone*. Subjek penelitian sebanyak 40 mahasiswa. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *sampling snowball* dengan menghubungi subjek melalui sosial media dan penyebaran skala menggunakan *google form*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala Loyalitas Merek dan skala Kepuasan Konsumen. Metode analisis data yang digunakan yaitu *Product Moment*. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh koefisien korelasi sebesar $r_{xy} = 0,895$ dengan taraf signifikansi sebesar $p = 0,000$ ($p < 0,01$), yang artinya terdapat hubungan positif antara kepuasan konsumen dengan loyalitas merek pada mahasiswa pengguna *Iphone* di Yogyakarta. Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini memperoleh koefisien determinansi (R^2) sebesar 0,802 menunjukkan variabel loyalitas merek memiliki kontribusi sebesar 80,2% terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman dan sumbangan bagi ilmu Psikologi Industri dan Organisasi utamanya berkaitan tentang kepuasan konsumen dengan loyalitas merek.

Kata kunci : loyalitas merek, kepuasan konsumen, mahasiswa

THE RELATIONSHIP BETWEEN CONSUMER SATISFACTION WITH BRAND LOYALTY OF IPHONE USERS STUDENT IN YOGYAKARTA

Arya Ana Mulya Pujaanta

Faculty of Psychology at Mercu Buana University in Yogyakarta

aryapujaanta@gmail.com

Abstract

The role of communication technology is now very important because of the many demands for the need for exchange of information made by students, this behavior change is then captured by Apple in making smartphones namely Iphone. This study aims to determine the relationship between consumer satisfaction with brand loyalty in Iphone user students in Yogyakarta. The hypothesis proposed is that there is a positive relationship between consumer satisfaction with brand loyalty in Iphone user students in Yogyakarta. The subjects in this study were students who used Iphone. Research subjects were 40 students. Sampling is done by using snowball sampling technique by contacting the subject through social media and scale distribution using google form. Data collection is done using the Brand Loyalty scale and the Consumer Satisfaction scale. Data analysis method used is Product Moment. Based on the results of the study, obtained a correlation coefficient of $r_{xy} = 0.895$ with a significance level of $p = 0,000$ ($p < 0.01$), which means that there is a positive relationship between consumer satisfaction with brand loyalty in Iphone user students in Yogyakarta. The acceptance of the hypothesis in this study obtained a coefficient of determination (R^2) of 0.802 indicating that the brand loyalty variable contributed 80.2% to customer satisfaction. The results of this study are expected to increase understanding and contribution to the science of Industrial and Organizational Psychology primarily related to customer satisfaction with brand loyalty.

Keywords : *brand loyalty, customer satisfaction, student*