

ABSTRAK

Hidayatullah, Syarif. 2012. *Hubungan Citra Merek Dengan Loyalitas Pelanggan Im3 Di Kalangan Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Skripsi. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing: Andik Rony Irawan, M. Si, P. Si

Kata kunci: *Citra Merek, Loyalitas Pelanggan*

Citra merek merupakan pemahaman konsumen mengenai merek secara keseluruhan, kepercayaan konsumen terhadap suatu merek tertentu, dan bagaimana konsumen memandang suatu merek. Baik tidaknya citra merek suatu produk tersebut juga menjadi faktor yang mempengaruhi loyal atau tidaknya seorang pelanggan dan hal tersebut dapat diindikasikan pada adanya pembelian ulang secara teratur, melakukan pembelian diluar lini produk/jasa, merekomendasikan produk kepada orang lain, dan menunjukkan adanya kekebalan terhadap produk sejenis yang ditawarkan pesaing. Hal inilah yang menunjukkan pentingnya peran suatu citra merek bagi sebuah produk untuk selalu digunakan atau akan ditinggalkan oleh pelanggannya.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Psikologi Semester III (Angkatan 2011), dengan tujuan untuk mengetahui ada-tidaknya hubungan citra merek dengan loyalitas pelanggan IM3 di kalangan mahasiswa psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Subyek penelitian ini sebanyak 98 mahasiswa dan pengambilan data menggunakan metode angket berupa skala citra merek dan skala loyalitas pelanggan. Sedangkan untuk pengolahan data dianalisis dengan *product moment correlation* dari *pearson* dan untuk menguji reliabilitas dan daya beda peneliti memakai rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program SPSS 15.0.

Hasil dari penelitian yang dilakukan pada skala citra merek menunjukkan bahwa dari 98 responden, persentasenya berada pada tingkat rata-rata/ sedang yakni 53%, dan pada tingkat loyalitas pelanggan IM3 di kalangan mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada tingkat rata-rata/ sedang pula namun persentasenya lebih tinggi yakni 77%. Diketahui pula bahwa nilai korelasi antara citra merek dengan loyalitas pelanggan memiliki nilai sebesar 0.769 dengan nilai probabilitas 0.000 dan jumlah subyek pada penelitian sebanyak 98 mahasiswa. Menurut kriteria, hipotesis penelitian (H_a) diterima jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan probabilitas (p) $< r$. Kriteria r_{tabel} untuk subyek (N) = 98 orang adalah 0.202. Sedangkan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah $\alpha = 0.05$. Dari hasil pengujian tersebut dapat diketahui nilai r_{hitung} (0.769) $> r_{table}$ (0.202), sedangkan p (0.000) $< r$ (0.05).