

ABSTRAK

Persaingan pada bidang *sport apparel* bisa dibilang cukup ketat antara merek satu dan merek lain, dan juga termasuk merek local yang baru akan berkembang. Terlebih di jaman sekarang kesadaran masyarakat akan kebutuhan mereka akan olahraga bisa dibilang sangat besar. Masyarakat selalu menginginkan suatu produk yang sesuai dengan harapan mereka, dengan inovasi yang menarik. Karma dari situ bisa membuat mereka terpicat dan menggunakan produk tersebut untuk seterusnya. Salah satu merek *sport apparel* yang terkenal di dunia bahkan di Indonesia adalah Nike. Kesan dan usaha positif dari Nke timbul pada konsumen/pelanggan mereka yang mendorong untuk membentuk Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan .

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat Kepuasan dan Loyalitas pelanggan pada Nike *sport apparel*

Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu masyarakat yang berdomisili di Surabaya dengan umur minimal 17 tahun dimana telah menggunakan atau membeli produk Nike lebih dari 2 kali dalam 1 tahun terakhir. Dengan sample yang diambil sebanyak 110 orang responden.

Pada model penelitian yang digunakan menggambarkan bahwa variabel Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh Asosiasi Merek, Nilai produk, dan Kualitas pelayanan. Dan pada Loyalitas pelanggan dipengaruhi Asosiasi Merek, Nilai produk, Kualitas pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan perhitungan koefisien regresi diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan memiliki pengaruh lebih besar daripada asosiasi merek dan nilai produk terhadap variabel kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan juga merupakan variabel yang dominan dalam mempengaruhi terbentuknya variabel loyalitas pelanggan daripada variabel asosiasi merek, nilai produk dan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Asosiasi merek, Nilai Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Competition in sports apparel nowadays can be said fairly tight between one brand and another brands, includes a new local brand that start raising. Especially in nowadays, people awareness of their need to exercise is pretty significant. People always want a product that fits their expectations, with interesting innovations. This factor can make them captivated and use these products for onward. One of the famous brands of sports apparel in the world and even in Indonesia is Nike. Positive effort and impression of NKE arise in consumer came form their Satisfaction and lead to Loyalty.

This study objective is to analyze the factors that affect the level of customer satisfaction and loyalty in Nike sports apparel

The sample used in this research that people who live in Surabaya with a minimum age of 17 years which have used or buy Nike products more than 2 times in the last one year. One hundred and ten samples have been taken as respondents.

The model used in this study illustrate that customer satisfaction is influenced by variables Brand Association, Product Value, and Quality of Service. And on customer loyalty is influenced Brand Association, Product Value, and Quality of Service and Customer Satisfaction.

Based on the calculation of the regression coefficients obtained that the variables of service quality has a positive influence and have a greater influence compare to brand association and product value to customer satisfaction. Quality of service variable is also a dominant variable in affecting customer loyalty variable compare to brand association, and product value and customer satisfaction.

Keywords: brand association, Product Value, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty