

ABSTRAK

Sepeda motor merupakan alat transportasi yang banyak digunakan masyarakat khususnya di Indonesia. Sepeda motor dinilai cocok digunakan karena irit bahan bakar mengingat jalanan Indonesia yang kerap macet. Pertumbuhan penduduk yang pesat namun tidak didukung dengan perluasan jalan bisa menjadi peluang perusahaan untuk memenangkan persaingan. Perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen agar konsumen puas dan loyal terhadap perusahaan. Ada beberapa faktor yang dapat membuat konsumen loyal terhadap suatu merek antara lain citra merek dan persepsi harga. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh antara variabel independen citra merek dan persepsi harga terhadap variabel dependen loyalitas merek sepeda motor Honda di kota Jombang.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari tanggapan 93 responden melalui kuisisioner. Responden yang dipilih yakni pengguna sepeda motor Honda di Kabupaten Jombang yang melakukan pembelian di Anyar Motor Mojoagung lebih dari satu kali. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang diolah melalui aplikasi IBM SPSS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas merek dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk mempertahankan loyalitas merek melalui variabel-variabel yang ada.

Kata kunci : Loyalitas Merek, Citra Merek, Persepsi Harga