

INTISARI

Loyalitas merupakan salah satu faktor terpenting bagi kesuksesan perusahaan. Konsumen yang loyal tidak hanya berusaha untuk membeli kembali produk dengan merek yang sama, tetapi mereka memiliki keterikatan yang lebih kuat dengan merek yang digunakannya dan rela untuk membayar lebih demi mendapatkan produk dengan merek yang ia sukai. Untuk mendapatkan loyalitas konsumen, perusahaan harus melakukan berbagai strategi agar konsumen tidak mudah berganti ke merek lain. Perusahaan harus memperhatikan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas, misalnya keterlibatan produk dan skema harga-kualitas. Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa loyalitas merek dapat dipengaruhi oleh keterlibatan produk dan pemahaman mengenai keselarasan harga dan kualitas. Penelitian ini meneliti mengenai hubungan antara keterlibatan produk, skema harga-kualitas, dan loyalitas merek dalam konteks layanan transportasi daring di Yogyakarta. Peneliti menggunakan metode *purposive sampling* dan mendapatkan 333 sampel yang dapat digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menghasilkan beberapa penemuan, seperti keterlibatan produk mempengaruhi loyalitas merek, keterlibatan produk mempengaruhi skema harga-kualitas, serta skema harga-kualitas mempengaruhi loyalitas merek. Selain itu, ditemukan pula peran mediasi yang bersifat parsial dari skema harga-kualitas pada hubungan antara keterlibatan produk dan loyalitas merek.

Kata kunci: Keterlibatan produk, skema harga-kualitas, loyalitas merek.

ABSTRACT

Loyalty is one of the most important factors for a company's success. Loyal consumers are not only more likely to buy the product with same brand, they are also more likely to have a stronger attachment to the preference brand and willing to pay more for their products. Company need to set the strategies to reach consumers loyalty so their consumers will not switch to another brand. Also, company need to pay attention of factors that influencing loyalty, for example product involvement and price-quality scheme. Prior research said that brand loyalty could be influenced by product involvement and price-quality scheme. This research will find out about the relationship between product involvement, price-quality scheme, and brand loyalty in the context of online transportation in Yogyakarta . Purposive sampling was used due to gather 333 samples. This research resulting some findings, there are a positive and significant relationship between product involvement and brand loyalty, product involvement and price-quality scheme, and price-quality scheme and brand loyalty. Also, there is partial mediating effect of price-quality scheme in the relationship between product involvement and brand loyalty.

Keywords: Product involvement, price-quality scheme, brand loyalty.