

# Kepuasan Konsumen Berpengaruh Positif pada Identifikasi Merek

Friday, 10 Agustus 2018 WIB, Oleh: Gusti

---



Gengsi berpengaruh positif pada identifikasi merek konsumen. Semakin bergengsi suatu merek, konsumen semakin mengidentifikasi dengan merek tersebut. Sebab, merek memberikan arti simbolis yang mencerminkan kemapanan dan melambangkan kekayaan serta status sosial pemakaiannya. Demikian beberapa simpulan penelitian yang disampaikan oleh mahasiswa program doktoral dari Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB) UGM, Fitroh Adhilla, SE, M.Si., dalam ujian terbuka promosi doktor di Auditorium BRI, Gedung Program Msi dan Doktor FEB UGM, Jumat (10/8).

Dalam disertasinya yang berjudul *Anteseden pada Model Identifikasi Merek dan Pengaruhnya pada Perilaku Konsumen*, ia melakukan penelitian dengan penyebaran kuesioner terhadap 340 responden anggota komunitas motor CBR, komunitas mobil merek Pajero, Fortuner, Mercedes Benz dan Honda. Selanjutnya, pengujian validitas menggunakan validitas muka, validitas isi dan validitas konstruk.

Menurutnya, kepuasan konsumen berpengaruh positif pada identifikasi merek konsumen. Konsumen akan mengidentifikasi merek pada mereka jika merasa terpuaskan, senang dengan merek tersebut. "Bagi mereka sesuai dengan keinginan konsumen dan konsumen mendapatkan pengalaman yang baik dengan menggunakan merek tersebut," kata dosen S2 Manajemen Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta ini.

Ia menerangkan, semakin konsumen mengidentifikasi dirinya dengan suatu merek maka konsumen akan semakin setia pada merek tersebut. "Konsumen akan membeli merek yang sama di masa

mendatang serta memiliki komitmen untuk menggunakan merek yang sama,” paparnya.

Tidak hanya sampai di situ, identifikasi merek konsumen berpengaruh pada getok tular positif. Semakin konsumen mengidentifikasi dengan suatu merek maka konsumen akan semakin menganjurkan dan merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain. “Mereka bahkan berbicara positif mengenai merek tersebut,” ungkapnya.

Namun demikian, imbuhnya, komunikasi perusahaan sangat penting untuk melakukan penguatan identifikasi merek. Ia menganjurkan perusahaan harus secara aktif berkomunikasi dengan pelanggan yang tergabung dalam komunitas merek. “Komunikasi diberikan dalam bentuk informasi terbaru mengenai produknya dan informasi harian melalui media daring, hal ini dilakukan dalam rangka menjalin hubungan baik dengan pelanggan,” katanya. (Humas UGM/Gusti Grehenson)

---

### **Berita Terkait**

- [Pembelian Kompulsif Pengaruhi Niat Beli Ulang Konsumen](#)
- [Aspek-Aspek Yang Mempengaruhi Pencarian Merek dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Kesikapan](#)
- [Raih Doktor Usai Teliti Komunitas Merek](#)
- [Raih Doktor Usai Teliti Caused Related Marketing](#)
- [Persepsi Etnik Menentukan Sukses Produk di Pasaran](#)