

ABSTRAK

Persaingan industri *spare part* khususnya *spare part* sepeda motor saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat yang memposisikan pemasar untuk selalu dapat mengembangkan dan merebut market share atau pangsa pasar. Hal ini disadari oleh PT. Scudetto Internasional Bearindo, dengan citra merek yang baik PT. Scudetto Internasional Bearindo yakin akan mempertahankan posisi produknya dalam pasar. Hal ini juga akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang dan menjadikan konsumen loyal.

Melalui penelitian ini akan dilakukan penelitian mengenai pengaruh variabel citra merek yang terdiri dari *strength of brand association*, *favourable of brand association* dan *uniqueness of brand association* terhadap variabel loyalitas pelanggan Scudetto Internasional Bearindo di Bandung yang menjadi basis dari penjualan produk HO PT. Scudetto Internasional Bearindo. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 50 agen PT. Scudetto Internasional Bearindo.

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh hasil bahwa secara simultan variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan secara parsial variabel *strength of brand association* dan *uniqueness of brand association* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan *favourable of brand association* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Kata Kunci : citra merek; loyalitas pelanggan; *spare part*.