

ABSTRAK
**MEMBANGUN LOYALITAS MEREK MELALUI KEPERCAYAAN MEREK,
KARAKTERISTIK MEREK, DAN KARAKTERISTIK HUBUNGAN PELANGGAN-
MEREK**
(Studi Pada Pelanggan Bedak Muka Pixy di Bandar Lampung)

Oleh

Eka Ratna Sari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kepercayaan merek, karakteristik merek, dan karakteristik hubungan pelanggan-merek terhadap loyalitas merek pada pelanggan pixy di Bandar Lampung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksplanasi. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 pelanggan pixy yang berbelanja di toko Bandar Lampung. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik Regresi Linier Berganda dengan alat uji SPSS 20. Pengujian hipotesis menggunakan uji R, Uji F dan Uji T.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, kepercayaan merek, karakteristik merek, dan karakteristik hubungan pelanggan-merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek. Secara parsial, untuk variabel kepercayaan merek, dan karakteristik hubungan pelanggan-merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek, untuk variabel karakteristik merek berpengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas merek.

Kata kunci: Kepercayaan merek, karakteristik merek, karakteristik hubungan pelanggan-merek