

ABSTRAK

PENGARUH FAKTOR-FAKTOR KEPERCAYAAN MEREK PADA LOYALITAS MEREK (Studi pada Produk *Smartphone* Samsung di Bandar Lampung)

OLEH

Fathimah Fitri Alawiyah
(1111011044)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lampung

Saat ini kebutuhan untuk berkomunikasi menjadi suatu hal yang sangat penting bagi setiap orang. Kebutuhan tersebut mengakibatkan meningkatnya kebutuhan layanan jasa telekomunikasi dikarenakan tuntutan pengguna di masa depan yang semakin meningkat pula. Di antara berbagai layanan jasa telekomunikasi yang kebutuhannya paling tinggi dan terus meningkat adalah telepon genggam.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah faktor-faktor Kepercayaan Merek berpengaruh positif pada Loyalitas Merek Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara faktor-faktor Kepercayaan Merek pada Loyalitas Merek. Hipotesis pada penelitian ini adalah diduga Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Karakteristik Konsumen-Merek berpengaruh positif terhadap Loyalitas Merek. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan dan Karakteristik Konsumen-Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Merek pada produk *Smartphone* Samsung di Bandar Lampung sebesar $R = 0.661$ hal ini berarti sumbangan variabel X (Kepercayaan Merek) berperan dalam mempengaruhi variabel Y (Loyalitas Merek) sebesar 66,1%.

Kata Kunci : Kepercayaan Merek, Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Karakteristik Konsumen-Merek, Loyalitas Merek.