

ABSTRAK

THE EFFECT OF BRAND PERSONALITY, BRAND IMAGE, AND BRAND TRUST ON BRAND LOYALTY: STUDY ON SAMSUNG SMARTPHONE USERS IN LAMPUNG

Oleh

Ardian Fauzan

Objektif dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari personalitas merk, citra merk, dan kepercayaan merk terhadap loyalitas merk dengan menggunakan ponsel pintar merk Samsung sebagai objek penelitiannya. Populasi penelitian ini adalah para pengguna ponsel pintar merk Samsung di daerah Lampung. Teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling, besar sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 225 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Personalitas merk memiliki pengaruh positif non signifikan terhadap loyalitas merk, (2) Citra merk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merk, (3) Kepercayaan merk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merk.

Kata Kunci : Personalitas Merk; Citra Merk; Kepercayaan Merk; Loyalitas Merk; Ponsel Pintar Samsung

ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND PERSONALITY, BRAND IMAGE, AND BRAND TRUST ON BRAND LOYALTY: STUDY ON SAMSUNG SMARTPHONE USERS IN LAMPUNG

By

Ardian Fauzan

The objective of this study is to determine the effect of brand personality, brand image, and brand trust on brand loyalty, with Samsung smartphone brand as the object of the research. The population of this research is the users of Samsung smartphone brand in Lampung. The sampling technique used in this study is nonprobability sampling with purposive sampling technique, the sample taken in this study was 225 respondents. The data analysis method used in this study is model Multiple regression analysis models The findings of this study indicate that: (1) Brand personality has a positive but non-significant effect toward brand loyalty, (2) Brand image has a positive significant effect toward brand loyalty, (3) Brand trust has a positive significant effect toward brand loyalty.

Key words: Brand Personality; Brand Image; Brand Trust; Brand Loyalty; Samsung Smartphone