

ABSTRAK

Fidya Hardiyanti H. Latala, Nim 931411049. S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Tahun 2015. Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Membeli Produk / merek di The vip original store. Pembimbing I Ibu Prof. Dr. Hj. Asna Aneta M.Si dan Pembimbing II Bapak Hais Dama SE, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan secara empiris; (1) apakah Citra merek berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan dalam membeli Produk / merek yang ada di The vip original store. (2) apakah Kepercayaan merek berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan dalam membeli produk / merek yang ada di The vip original store (3) apakah citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan dalam membeli produk / merek yang di The vip original store.

Populasi dalam penelitian adalah konsumen dan pelanggan yang menggunakan produk / merek yang ada di The vip original store. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan metode pengambilan sampel menggunakan *incidental Sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok dan *Purposive Sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang dipilih secara cermat dengan mengambil objek penelitian yang selektif dan mempunyai ciri-ciri yang spesifik. dan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; (1) Berdasarkan hasil analisis secara parsial citra merek berpengaruh positif secara parsial terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan/ membeli produk / merek yang ada di The vip original store. (2) Berdasarkan hasil analisis secara parsial Kepercayaan merek berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan dalam menggunakan/ membeli produk / merek yang ada di The vip original store. (3) Berdasarkan hasil analisis secara simultan antara citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam membeli/ menggunakan produk / merek yang ada di The vip original store.

Kata Kunci : Citra merek, Kepercayaan merek, Loyalitas pelanggan.