

RINGKASAN

Mirza Arief. 2013. Pengaruh Kepercayaan Merek dan Komitmen Merek terhadap Loyalitas Merek (Survei pada Warga Kelurahan Penanggung Konsumen Produk Aqua di Kota Malang). Dibimbing oleh Dr. Imam Suyadi, MSi dan Sunarti, S.Sos, MAB.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan pemikiran bahwa kepercayaan merek dan komitmen merek dapat mempengaruhi loyalitas merek. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan merek dan komitmen merek bersama-sama maupun sendiri-sendiri terhadap loyalitas merek.

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif yang mana menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang disebar kepada 72 responden yang merupakan warga Kelurahan Penanggung konsumen produk Aqua. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software SPSS 13.0 for windows*. Untuk pengujian instrumen menggunakan uji validitas, dan uji reliabilitas. Sedangkan untuk teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan karena penelitian ini lebih dari dua variabel, dengan menggunakan uji F, uji t, dan uji R².

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kedua variabel kepercayaan merek dan komitmen merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas merek. Dari perhitungan SPSS 13.0 untuk uji F diketahui bahwa $F_{hitung} = 37,215 > F_{tabel} 3,129$ dengan signifikansi sebesar $F_{0,000} < 0,05$. Secara sendiri-sendiri diketahui kepercayaan merek dan komitmen merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek. Selain uji F, uji R² diketahui nilai *R Square* sebesar 0,519 yang berarti besarnya variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 51,9%

Kata kunci: Kepercayaan Merek, Komitmen Merek, Loyalitas Merek, Merek.