

ABSTRAKSI

ERMA WIDYASTUTI. Pengaruh *Trust In a Brand* Terhadap *Brand Loyalty* Pada Pelanggan Pasta Gigi Di Sleman. (Dibimbing oleh Drs. IGN. AGUS SURYONO, MM dan Drs. SURYO LUHUR WA, MSM)

Dalam persaingan pasar yang semakin ketat dan semakin berkembangnya ekspektasi pelanggan mendorong perusahaan untuk lebih memfokuskan pada upaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada. Mempertahankan pasar yang ada melalui pengembangan loyalitas pelanggan merupakan tujuan strategik perusahaan untuk mempertahankan bisnis dan profit mereka.

Apakah variabel karakteristik merek (*brand characteristic*), karakteristik perusahaan (*company characteristic*), dan karakteristik konsumen-merek (*consumer-brand characteristic*) secara serentak dan parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek (*brand loyalty*) pada pelanggan pasta gigi di Sleman serta variabel mana yang berpengaruh dominan.

Obyek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pelanggan pasta gigi di Sleman. Teknik penentuan sampelnya menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan pelanggan yang sudah menggunakan pasta gigi selama satu tahun, dan yang telah melakukan pembelian ulang pasta gigi di Sleman sejumlah 109 responden.

Variabel karakteristik merek (*brand characteristic*), karakteristik perusahaan (*company characteristic*), dan karakteristik konsumen-merek (*consumer-brand characteristic*) secara serentak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek (*brand loyalty*) pada pelanggan pasta gigi di Sleman. Variabel karakteristik merek (*brand characteristic*), dan karakteristik konsumen-merek (*consumer-brand characteristic*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek (*brand loyalty*) pelanggan pasta gigi di Sleman. Sedangkan variabel karakteristik perusahaan (*company characteristic*) yang terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek (*brand loyalty*) pada pelanggan pasta gigi di Sleman. Variabel karakteristik merek (*brand characteristic*) yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas merek (*brand loyalty*) pada pelanggan pasta gigi di Sleman.

Keyword : karakteristik merek (*brand characteristic*), karakteristik perusahaan (*company characteristic*), karakteristik konsumen-merek (*consumer-brand characteristic*), loyalitas merek (*brand loyalty*).