

**PENGARUH KARAKTERISTIK MEREK KARAKTERISTIK
PERUSAHAAN KARAKTERISTIK KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS MEREK**

(Survei Pada Pelanggan Eiger di Kabupaten Sleman)

Oleh :

Najua Widayani (141120175)

najuawidayani@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik merek, karakteristik perusahaan, karakteristik konsumen terhadap loyalitas merek (survei pada pelanggan Eiger di Kabupaten Sleman). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana data dan informasi dikumpulkan melalui survei dengan alat bantu kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan jenis *accidental sampling* kepada 100 responden dengan kriteria adalah pelanggan Eiger di Kabupaten Sleman yang memakai Eiger secara *continue*. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa karakteristik merek karakteristik perusahaan karakteristik konsumen berpengaruh terhadap loyalitas merek. Karakteristik merek karakteristik perusahaan karakteristik konsumen mempengaruhi loyalitas merek sebesar 51.5% dan sisanya sebesar 48.5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : *karakteristik merek, karakteristik perusahaan, karakteristik konsumen, loyalitas merek.*