

## ABSTRAKSI

DENNY ARYO WICAKSONO TRIPUTRANTO. Pengaruh Trust In A Brand Terhadap Brand Loyalty Pada Pelanggan Televisi Merek Sharp Di Toko Satelit, Surakarta. (Dibimbing oleh Drs. Ign. AGUS SURYONO, M.M dan Drs. SUDARMAN, M.M).

Dalam menghadapi persaingan teknologi yang semakin ketat, setiap perusahaan harus mampu mempertahankan hidup, bahkan harus dapat terus berkembang. Salah satu hal yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah mempertahankan konsumen yang sudah ada, terus menggarap pelanggan-pelanggan potensial baru agar jangan sampai pelanggan meninggalkan perusahaan menjadi pelanggan perusahaan lain. Dengan kata lain perusahaan harus mampu mempertahankan loyalitas pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel karakteristik merek (*brand characteristic*), karakteristik perusahaan (*company characteristic*), dan karakteristik konsumen-merek (*consumer-brand characteristic*) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek (*brand loyalty*) pada konsumen pelanggan televisi Sharp. (2) Untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel karakteristik merek (*brand characteristic*), karakteristik perusahaan (*company characteristic*), dan karakteristik konsumen-merek (*consumer-brand characteristic*) secara parsial (masing-masing) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek (*brand loyalty*) pada konsumen pelanggan televisi Sharp.

Penelitian dilakukan di toko Satelit, Surakarta. Karena toko Satelit terletak dipusat kota yang terletak di Jl. Slamet Riyadi no. 206 Surakarta. Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah penelitian survei dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dengan menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan televisi merek sharp di toko satelit, Surakarta. Dalam penelitian ini sampelnya adalah sebagian dari pelanggan televisi sharp ditoko Satelit, Surakarta. teknik pengambilan sampelnya menggunakan metode *Non Probability Sampling*. Besar sampel dalam penelitian ini adalah 155 responden dari besar minimum 100. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode kuesioner. Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 19.00 for windows.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik konsumen-merek terhadap variabel loyalitas merek baik secara bersama - sama maupun parsial pada produk televisi merek Sharp di Toko Satelit Surakarta. Hal ini berarti semakin tinggi variabel karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik konsumen-merek maka loyalitas merek juga semakin tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai masing – masing nilai p value jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi 5%.

Kata kunci: Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Karakteristik Konsumen-Merek dan Loyalitas Merek.

