

**Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek  
dan Kepercayaan Merek Toyota  
(Studi Pada Pengguna Merek Toyota di Yogyakarta)**

**Anthony Norwegia  
NPM. 141110181**

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta  
(Anthonynorwegia@Yahoo.co.id)

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh identitas merek terhadap loyalitas merek melalui citra merek dan kepercayaan merek toyota. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yang terdiri dari Identitas merek, variabel intervening terdiri dari Citra merek dan Kepercayaan merek dan variabel terikat Loyalitas merek. Data yang dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner, sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Metode penarikan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square (PLS)*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Identitas merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Citra merek, Identitas merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan merek, Citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas merek, Kepercayaan merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek.

Kata kunci : Identitas merek, Citra merek, Kepercayaan merek dan Loyalitas merek.