

## ABSTRAKSI

Arulta Puspita Perdani, Nomor Mahasiswa 152120014, Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian Analisis Citra Merek (*Brand Image*) terhadap Tingkat Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) dan Dampaknya pada Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) (Studi pada Mahasiswi FISIP UPN Veteran Yogyakarta Pelanggan Produk Kosmetik NYX Make-up), 2016. Dosen Pembimbing I: Dr. Sigit Haryono, S.Sos, M.Si dan Dosen Pembimbing II : Dr. Adi Soeprapto, S.Sos, M.Si

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari beberapa variabel Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Loyalitas Merek. Tipe Penelitian ini menggunakan *explanatory*. Sumber data menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Sampel diambil 72 Mahasiswi dari jumlah populasi 255 Mahasiswi FISIP UPN Veteran Yogyakarta angkatan 2012-2015 yang menjadi pelanggan NYX. Teknik sampling menggunakan *probability sampling*, dengan pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dengan menggambarkan pendapat responden yang berkaitan dengan Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Loyalitas Merek. Metode penelitian yang digunakan adalah Analisis Jalur/*Path Analysis*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Merek pada pelanggan produk kosmetik NYX. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Merek pada pelanggan produk kosmetik NYX. Kepercayaan Merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Merek pada pelanggan produk kosmetik NYX.

Kesimpulan Citra Merek berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Loyalitas Merek dan Citra Merek mempengaruhi Loyalitas Merek secara tidak langsung melalui Kepercayaan Merek. Pengaruh paling besar terdapat pada Citra Merek yang berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Merek tanpa melalui Kepercayaan Merek.

Saran yang dapat disampaikan adalah produk kosmetik NYX harus selalu memperhatikan Citra Merek produk tersebut agar tetap terjaga dengan baik, karena Citra Merek memiliki peran penting dalam mempengaruhi pelanggan untuk menjadi loyal.

Kata kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek