

ABSTRAK

HELMI OKI WULANDARI, Pengaruh Identitas Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek melalui Kepercayaan Merek (Studi Kasus pada Konsumen Teh Botol Sosro di Pasar Baru, Tangerang). (Dibimbing oleh Abdurrahman).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Identitas Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek melalui Kepercayaan Merek pada Teh Botol Sosro. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Identitas Merek, sedangkan variabel *intervening* adalah Citra Merek dan Kepercayaan Merek dan variabel dependen adalah Loyalitas Merek.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), dan rancangan *cross sectional study* yang bersifat kuantitatif. Dimana pada penelitian ini, digunakan kuesioner dengan menggunakan alat ukur yang dirancang berdasarkan skala Likert. Data yang diperoleh kemudian akan di uji validitas dan reliabilitasnya sebelum diolah lebih lanjut dengan menggunakan analisis *structural equation modeling* (SEM).

Hasil dari penelitian ini yaitu terdapatnya pengaruh identitas merek terhadap citra merek, terdapatnya pengaruh identitas merek terhadap kepercayaan merek, tidak terdapatnya pengaruh citra merek terhadap kepercayaan merek dan hasil hipotesis yang keempat mempunyai pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek.

Kata kunci:

Identitas merek, citra merek, kepercayaan merek, dan loyalitas merek