

## ABSTRAK

Judul : **Pengaruh Kepercayaan merek dan Afeksi Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Kartu Prabayar Esia, Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.** Penulis: **Eko Siswanto.** NIM : **43107010037.** Pembimbing : **Daru Asih SE. M.Si**

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh kepercayaan merek dan afeksi merek kartu prabayar CDMA merek Esia yang mempengaruhi loyalitas mahasiswa regular S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh kepercayaan merek dan afeksi merek mempengaruhi loyalitas konsumen secara simultan dan parsial .

Jenis penelitian yang digunakan penelitian *explanatory* dengan pendekatan studi kasus. Sedangkan metode pengumpulan datanya menggunakan *accidental sampling* pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Populasi yang dipilih adalah mahasiswa regular S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta yang menggunakan kartu esia, dengan sampel sebanyak 100 orang.

Alat uji yang digunakan untuk menguji instrument penelitian berupa uji normalitas, validitas dan uji reliabilitas. Uji hipotesis menggunakan uji F dan t. Untuk menganalisis data digunakan uji regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS 17.

Hasil uji F terhadap ketiga variabel penelitian yaitu Kepercayaan Merek ( $X_1$ ) dan Afeksi Merek ( $X_2$ ) menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen (Y) pemakai kartu esia. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan Merek secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pemakai kartu, hasil uji t juga menunjukkan bahwa variabel Afeksi Merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pemakai kartu, esia.

Kata kunci : *kepercayaan merek, afeksi merek, dan loyalitas konsumen*