

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is a positive influence between brand trust and references group on brand loyalty of mobile social media Path. This study uses data collected from 140 questionnaires who were students in Mercu Buana University West Jakarta as a sample. Data analysis tool used is Structural Equation Modelling (SEM) on the application program LISREL 9.10. The result of this research shows that there is partial influence between brand trust variable, references group and brand loyalty of mobile social media Path. This is evidenced from the results of hypothesis testing and structural model test (t-value) also shows significant value of the three variables that support the hypothesis. Therefore the test result of this research stated that there is partial influence between brand trust variables, references group on brand loyalty of mobile social media Path.

Keywords: brand trust, references group, brand loyalty



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif antara kepercayaan merek dan kelompok referensi terhadap loyalitas merek media sosial berbasis aplikasi *mobile Path*. Penelitian ini menggunakan data 140 kuesioner yang dikumpulkan dari mahasiswa yang berada di Universitas Mercu Buana Jakarta Barat sebagai sampelnya. Analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) pada program aplikasi LISREL 9.10. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kepercayaan merek, kelompok referensi dan loyalitas merek media sosial berbasis aplikasi *mobile Path*. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian hipotesis dan uji model struktural (*t-value*) juga menunjukkan nilai signifikan dari ketiga variabel yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kepercayaan merek, kelompok referensi terhadap loyalitas merek media sosial berbasis aplikasi *mobile Path*.

Kata kunci : kepercayaan merek, kelompok referensi, loyalitas merek.

