

ABSTRAK

Ade Rijal Fauzi (1413KB07), **Analisis Citra Merek dan Kepercayaan Dalam Loyalitas Merek Debitur Kredit Guna Bhakti (*Studi Kasus pada Bank BJB Cabang Majalengka*)**. Di bawah bimbingan Zulganef, DR., DRS., M.M. dan R. Adjeng Mariana F, DR., Hj., S.E., M.M

Kondisi persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan harus mampu bersaing, bertahan hidup dan bahkan terus berkembang. Salah satu hal penting yang perlu diperhatikan dan dilakukan adalah mempertahankan nasabah yang telah ada. Kredit Guna Bhakti Bank bjb yang saat ini menjadi penguasa pasar untuk segmen kredit Pegawai Negeri Sipil terus mengalami penurunan. Untuk itu citra merek dan kepercayaan merek memegang peranan yang sangat penting dalam menciptakan nasabah yang loyal. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk 1) mengetahui citra merek Kredit Guna Bhakti bank bjb Cabang Majalengka 2) mengetahui kepercayaan merek Kredit Guna Bhakti Bank bjb Cabang Majalengka 3) mengetahui loyalitas merek Kredit Guna Bhakti bank bjb Cabang Majalengka 4) mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek terhadap loyalitas merek Kredit Guna Bhakti bank bjb Cabang Majalengka 5) mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek Kredit Guna Bhakti bank bjb Cabang Majalengka 6) mengetahui seberapa besar citra merek dan kepercayaan merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas merek pada debitur Kredit Guna Bhakti bank bjb Cabang Majalengka.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif, peneliti mengumpulkan data menggunakan kuesioner terhadap 125 responden yang merupakan nasabah Bank bjb Cabang Majalengka. Uji statistik yang digunakan untuk menganalisis data termasuk uji validitas, reliabilitas, normalitas dan analisis regresi linear berganda serta menguji hipotesis.

Hasil yang diperoleh dari penelitian menyatakan bahwa citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh sebesar 40,4% terhadap loyalitas merek, adapun sisanya sebesar 59,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam objek penelitian.

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap loyalitas Debitur Kredit Guna Bhakti Bank bjb Cabang Majalengka". Judul penelitian ini bukan merupakan hasil adaptasi, jiplakan atau tiruan akan tetapi ini merupakan hasil dari pemikiran penulis. Penulis merekomendasikan agar perusahaan lebih memperhatikan reputasi perusahaan dan memberikan service serta perhatian yang lebih kepada pelanggan agar karakteristik perusahaan semakin kuat.

Kata kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Loyalitas Merek

ABSTRACT

Ade Rijal Fauzi (1413KB07), ***The Analysis Of Brand Image and Brand Trust On Brand Loyalty of Kredit Guna Bhakti (Case Study in Bank bjb Majalengka)***. Guidance Zulganef, DR., DRS., M.M. and R. Adjeng Mariana F, DR., Hj., S.E., M.M

In the condition of thight competition each company must be able to compete, survive and continue to growth. One of the important thing is to maintain a customer. On the condition that brand loyalty and trust in a brand is necessary so the company was be able to survive. Kredit Guna Bhakti Bank bjb which became the ruler of the current market continues to experience a decrease. For that brand image and trust in a brand hold an important role in the creation of consumer to a brand loyalty. The purpose of this study was to 1) To figure out the Brand Image Kredit Guna Bhakti Bank bjb Majalengka 2) To figure out the Brand Trust Kredit Guna Bhakti Bank bjb Majalengka 3) To figure out the Brand Loyalty Kredit Guna Bhakti Bank bjb Majalengka 4) To figure out how much influence Brand image to brand loyalty Kredit Guna Bhakti Bank bjb Majalengka 5) To figure out how much influence Brand Trust to brand loyalty Kredit Guna Bhakti Bank bjb Majalengka 6) To figure out how much Brand Image and Brand Trust is jointly effect on Brand Loyalty in Kredit Guna Bhakti Bank bjb Majalengka

Data were collected in this study consists of primary and secondary data. By using the method of descriptive and verifikatif, researchers collecting the data with a questionnaire to 125 respondent who are customer Bank bjb Majalengka. Statistical test that are used to analyze the data include test validity, reliability, normality, and multiple linear regression as well as test the hypothesis.

The results obtained from the study stated that brand image and brand trust had an effect of 40.4% on brand loyalty, while the remaining 59.6% was influenced by other factors not included in the research object.

This research is entitled "The Analysis Of Brand Image and Brand Trust On Brand Loyalty of Kredit Guna Bhakti (Case Study in Bank bjb Majalengka)" The title of this research is not the result of adaptation, tracing or imitation, but this is the result of the author's thinking. The author recommends that companies pay more attention to the company's reputation and provide more service and attention to customers so that the company's characteristics are stronger.

Keyword: Brand Image, Brand trust, and Brand Loyalty