ABSTRACT

DAVID TIRTA, "The Effect of Brand Trust and Brand Loyalty Of Brand Equity In Customer Boutiqe Gee Eight Distro Bandung", under the guidance of Raeny Dwisanty., SE., M.Si.

The research was conducted in Boutiqe Gee Eight Distro Bandung. This study uses a brand trust as a variable (X1), brand loyalty as a variable (X2), and brand equity as a variable (Y). purpose of this study was to determine the effect of brand trust and brand loyalty to the brand equity. Sample used was a customer Boutiqe Gee Eight Distro Bandung where the number of samples used by 100 respondents.

Test results showed that the hypothesis was partially and simultaneously there is a significant influence and a great relationship between brand trust (X1) and brand loyalty (X2) on brand equity (Y). It can be seen from the value t count (4.134)> t table (1.985) and Fhitung (23.489)> Ftabel (3.833) which means, in partial and simultaneous brand trust (X1) and brand loyalty (X2) have an influence on brand equity (Y) is very large,

Based on these results, showing that the results of research to brand trust, brand loyalty and brand equity are already in either category, then the company should further improve brand trust and brand loyalty to their brand equity also increased.

Keywords: ***Brand Trust, Brand Loyalty and Brand Equity***

ABSTRAK

DAVID TIRTA, "Pengaruh Kepercayaan Merek dan Loyalitas Merek Terhadap Ekuitas Merek Pada Pelanggan Boutiqe Distro Gee Eight Bandung", di bawah bimbingan Raeny Dwisanty.,SE.,M.Si.

Penelitian ini dilakukan di Boutiqe Distro Gee Eight Bandung. Penelitian ini menggunakan kepercayaan merek sebagai variable (X1), loyalitas merek sebagai variable (X2), dan ekuitas merek sebagai variable (Y). tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek dan loyalitas merek terhadap ekuitas merek. Sample yang digunakan adalah pelanggan Boutiqe Distro Gee Eight Bandung dimana jumlah sample yang digunakan sebanyak 100 responden.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh yang signifikan dan hubungan yang besar antara kepercayaan merek (X1) dan loyalitas merek (X2) terhadap ekuitas merek (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung (4,134) > t tabel (1,985) dan Fhitung (23,489) > Ftabel (3,833) yang artinya, secara parsial dan simultan kepercayaan merek (X1) dan loyalitas merek (X2) mempunyai pengaruh terhadap ekuitas merek (Y) yang sangat besar,

Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa hasil penelitian untuk kepercayaan merek, loyalitas merek dan ekuitas merek sudah berada dalam kategori baik, maka sebaiknya pihak perusahaan lebih meningkatkan kepercayaan merek dan loyalitas merek agar ekuitas mereknya pun makin meningkat.

Kata Kunci : **Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek dan Ekuitas Merek**