

ABSTRAK

Amdani Nurhidayat. 3402200116. “Pengaruh Kepercayaan Merek dan Respon Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Honda Daya Motor Ciamis)”. Dibawah bimbingan Dr. H. Yusup Iskandar, S.E., M.M.. (Pembimbing I) dan Wiwin Setianingsih, S.E.,M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Kepercayaan Merek dan Respon Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Honda Daya Motor Ciamis). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1] Bagaimana pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan pada Honda Daya Motor Ciamis?; 2]. Bagaimana pengaruh respon emosional terhadap loyalitas pelanggan pada Honda Daya Motor Ciamis?; 3]. Bagaimana pengaruh kepercayaan merek dan respon emosional terhadap loyalitas pelanggan pada Honda Daya Motor Ciamis?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1]. Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan pada Honda Daya Motor Ciamis; 2]. Pengaruh respon emosional terhadap loyalitas pelanggan pada Honda Daya Motor Ciamis; 3]. Pengaruh kepercayaan merek dan respon emosional terhadap loyalitas pelanggan pada Honda Daya Motor Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis menggunakan Uji Parsial (Uji T), dan Uji Simultan (Uji F). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, respon emosional berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan kepercayaan merek dan respon emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Diharapkan manajemen Daya Motor Honda Ciamis lebih meningkatkan kepercayaan merek dan respon emosional sehingga akan meningkatkan loyalitas pelanggan

Kata kunci : Kepercayaan merek; Loyalitas pelanggan; Respon emosional.