

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk dan menganalisis peningkatan loyalitas konsumen berbasis citra merek, kreativitas iklan melalui kepercayaan pelanggan. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk pengambilan data pada pengguna smartphone sebanyak 100 responde. Teknik pengambilan sampel dengan snowball sampling dan purposive sampling, metode analisis data yang digunakan adalah analisis path dengan menggunakan SPSS 16.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, kreativitas iklan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, kepercayaan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan konsumen, kreativitas iklan berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan konsumen.

Kata kunci : citra merek, kreativitas iklan, kepercayaan pelanggan dan loyalitas konsumen.

ABSTRAK

This research aims to and analyzing the increase in consumer loyalty based brand image, the creativity of advertising customers through trust. This research using a questionnaire to the uptake of data on user smartphone responde as many as 100. The sample collection technique with snowball sampling and purposive of sampling, the method of analysis of data used path is analysis using spss 16.

Research result shows that the variable brand image significant positive effect on customer loyalty, creativity advertisements significant positive effect on customer loyalty, trust customers significant positive effect on customer loyalty, brand image significant positive effect against belief consumer, creativity advertisements significant positive effect against belief consumer.

key words: brand image, advertising creativity, customer trust and loyalty consumer.