

Analisis Pengaruh Sikap, Kepuasan, Kepercayaan, Nilai, dan Komitmen terhadap Loyalitas Merek dengan Hubungan Merek sebagai Variabel Mediasi dan Variabel Moderasi

Title	Analisis Pengaruh Sikap, Kepuasan, Kepercayaan, Nilai, dan Komitmen terhadap Loyalitas Merek dengan Hubungan Merek sebagai Variabel Mediasi dan Variabel Moderasi
Author Order	2 of 3
Accreditation	
Abstract	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap, kepuasan, kepercayaan, nilai, dan komitmen terhadap loyalitas merek dengan hubungan merek sebagai variabel mediasi dan moderasi (studi pada masyarakat Purbalingga). Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen rokok Surya Pro Mild di wilayah Purbalingga sebanyak 100 orang. Metode yang digunakan adalah estimated interval karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan mediasi dan moderasi dengan Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 22. Hasil analisis penelitian adalah bahwa sikap konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas merek, kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas merek., kepercayaan konsumen secara positif mempengaruhi loyalitas merek, nilai pelanggan secara positif mempengaruhi loyalitas merek, komitmen konsumen memiliki efek positif pada loyalitas merek, hubungan merek memediasi hubungan antara sikap, kepuasan, kepercayaan, nilai, dan komitmen terhadap kesetiaan merek, dan hubungan merek memoderasi hubungan antara sikap, kepuasan, kepercayaan, nilai, dan komitmen terhadap loyalitas merek.
Publisher Name	Faculty of Economics and Business Universitas Jenderal Soedirman
Publish Date	2018-01-09
Publish Year	2018
Doi	
Citation	
Source	Performance: Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing dan Sistem Informasi
Source Issue	Vol 25 No 1 (2018): Performance
Source Page	36-50
Url	http://jos.unsoed.ac.id/index.php/performance/article/view/968/707
Author	Dr SULIYANTO, S.E., M.M.