

ABSTRAK

Loyalitas pelanggan terhadap sebuah produk, diperlukan adanya pengalaman yang memuaskan dan kepercayaan yang timbul pada saat pelanggan memakai produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan pengalaman merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan dan kepercayaan atas merek mobil Toyota All New Avanza di Surabaya.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain, pengalaman merek, kepuasan merek, kepercayaan merek, dan niat loyalitas pelanggan. Teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*) program AMOS dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan 100 kuisioner kepada pengguna mobil Toyota All New Avanza di Surabaya.

Hasil penelitian membuktikan bahwa pengalaman merek memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan merek. Pengalaman merek memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan merek. Kepuasan merek memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepercayaan merek memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Pengalaman merek, kepuasan merek, kepercayaan merek, loyalitas pelanggan.