

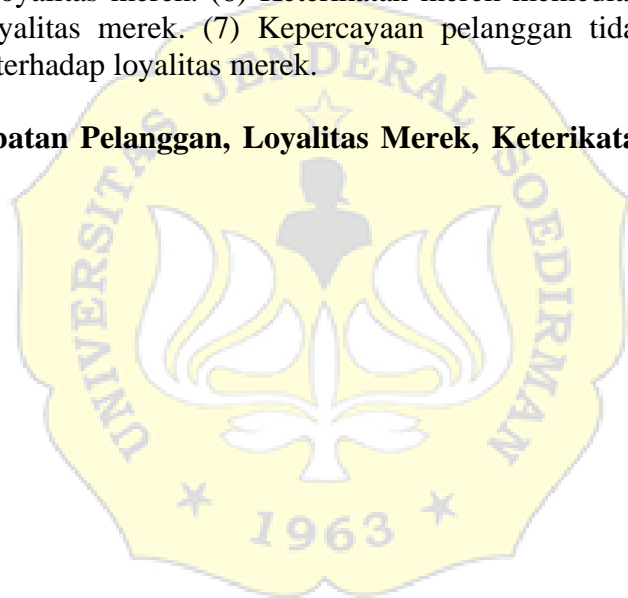
## RINGKASAN

Penelitian ini merupakan survei pada konsumen Mozaik furniture di DKI Jakarta. Penelitian ini mengambil judul: “Pengaruh Keterlibatan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Dengan Variabel Mediasi Keterikatan Merek Dan Kepercayaan Pelanggan (Studi Pada Konsumen Mozaik Furniture Jakarta)”.

Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen dari mozaik furniture. Sampel pada penelitian ini sebanyak 210 responden yang diambil berdasarkan metode *purpose random sampling*.

Hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) diolah dengan *software* AMOS menunjukkan bahwa : (1) Keterlibatan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. (2) Keterlibatan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterikatan merek. (3) Keterlibatan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan (4) Keterikatan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek (5) Kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas merek. (6) Keterikatan merek memediasi pengaruh keterlibatan pelanggan terhadap loyalitas merek. (7) Kepercayaan pelanggan tidak memediasi pengaruh keterlibatan pelanggan terhadap loyalitas merek.

**Kata Kunci : Keterlibatan Pelanggan, Loyalitas Merek, Keterikatan Merek, Kepercayaan Pelanggan**



## **SUMMARY**

*This research is a survey of the Mozaik furniture consumers in DKI Jakarta. The research is titled: “The Influence of Customer Engagement on Brand Loyalty with Variables Mediated by Brand Loyalty and Customer Trust (Study on Consumer Mozaik Furniture Jakarta)”.*

*The population in this study is a consumer of mozaik furniture. A sample of 210 respondents was selected using purpose random sampling.*

*The results of research conducted using Structural Equation Modeling (SEM) analysis processed with AMOS software show that: (1) Customer engagement has a positive and significant impact on brand loyalty. (2) Customer engagement has a positive and significant impact on brand loyalty. (3) Customer engagement has a positive and significant impact on customer trust (4) Brand engagement has a positive and significant impact on brand loyalty (5) Customer trust has no impact on brand loyalty. (6) Brand loyalty mediates the influence of customer engagement on brand loyalty. (7) Customer trust does not mediate the influence of customer engagement on brand loyalty.*

***The Key Words Are: Customer Engagement, Brand Loyalty, Brand Loyalty, Customer Trust.***

