

RINGKASAN

Loyalitas Pembelian merupakan faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan bisnis perdagangan yang dasar utama kegiatannya adalah kepercayaan. Konsumen di dukuh Taman asri desa Karanggebang Jetis Ponorogo sebagai salah satu pangsa pasar yang berpotensi tinggi untuk para produsen memasarkan hasil produksi mereka.

Penelitian ini bertujuan mengukur Loyalitas Pembelian Minyak goreng Fortune di dukuh Taman Asri desa Karanggebang Jetis Ponorogo dengan menganalisis menggunakan 4 (empat) dimensi Ekuitas Merek ,yaitu Kesadaran Merek (X_1), Asosiasi Merek (X_2), Persepsi Kualitas (X_3), dan Loyalitas Merek (X_4).

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diperoleh kesimpulan bahwa dimensi ekuitas merek yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pembelian adalah Asosiasi merek (X_2) sebesar 32,2% Kesadaran merek (X_1) sebesar 28,3% Persepsi kualitas (X_3) sebesar 20,3% dan Loyalitas merek (X_4) sebesar 14,2 % memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan. Asosiasi merek (X_2) adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas pembelian minyak goreng Fortune di dukuh Taman asri desa Kaanggebang Jetis Ponorogo.