

ABSTRAK

Erina Ayu Lestari. (1105098). “Pengaruh Konformitas dan Tipe Gaya Hidup Terhadap Loyalitas Merek Pada Konsumen Starbucks Coffee di Kota Bandung”. Skripsi Departemen Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia (2016)

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data empirik tentang pengaruh konformitas dan tipe gaya hidup terhadap loyalitas merek pada konsumen Starbucks di Kota Bandung. Responden penelitian ini adalah konsumen Starbucks di Kota Bandung yang berstatus mahasiswa berjumlah 171 orang dengan menggunakan teknik *purpose sampling*. Adapun dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode teknik analisis regresi. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa. 1) Jenis konformitas *acceptance* berpengaruh sebesar 42.6% terhadap loyalitas merek Starbucks Coffee di Kota Bandung. 2) Tipe gaya hidup *fashion* berpengaruh sebesar 16.5% terhadap loyalitas merek Starbucks Coffee di Kota Bandung. 3) Mayoritas konsumen Starbucks Bandung yang berstatus mahasiswa cukup loyal terhadap merek Starbucks. 4) Mayoritas konsumen Starbucks Bandung yang berstatus mahasiswa cenderung melakukan jenis konformitas *acceptance* dan didominasi oleh tipe gaya hidup *fashion*.

Kata kunci: Konformitas, *Compliance*, *Acceptance*, Tipe Gaya Hidup, Loyalitas Merek.

ABSTRACT

Erina Ayu Lestari. (1105098). *“Conformity influence and Lifestyle Type to Brand Loyalty on Starbucks Coffee Consumer in Bandung City”*. Unpublished Research Paper. Department of Psychology. Faculty of Science Education. Indonesia University of Education (2016)

The purpose of this research is to get empirical data about conformity influence and lifestyle type to brand loyalty on Starbucks consumer in Bandung city. Respondents for this research are consumer of Starbucks in the city of Bandung which student amount to 171 people by using purpose sampling technique. As in this study using a quantitative approach with methods of analysis regression technique. This research finding that 1) A kind of conformity acceptance effects 42.6% on brand loyalty Starbucks Coffee in Bandung. 2) Fashion lifestyle type effects 16.5% on brand loyalty Starbucks Coffee in Bandung. 3) The majority of consumers Starbucks Coffee is a student are quite loyal to the Starbucks brand. 4) The majority of consumers Starbucks coffee in Bandung is a student that tends to do the kind of acceptance conformity and has the type of lifestyle fashion.

Keyword : Conformity, Compliance, Acceptance, Lifestyle Type, Brand Loyalty