

ABSTRAK

Industri makanan cepat saji mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan perkembangan zaman dan tren gaya hidup masyarakat yang ingin selalu lebih praktis dan modern. Meningkatnya tren makanan cepat saji turut diimbangi oleh persaingan bisnis yang ketat diantara merek makanan cepat saji lainnya. McDonald's sebagai salah satu merek makanan cepat saji yang terkemuka pun selalu berusaha mempertahankan posisinya sebagai merek yang selalu unggul diantara pesaingnya. Namun, seruan isu boikot terhadap McDonald's membuat McDonald's mengalami penurunan drastis sekaligus terbesar dalam lima tahun terakhir. Hal ini membuat loyalitas dan kepercayaan dari pelanggan terhadap McDonald's pun turun secara drastis. Di sisi lain, terdapat inkonsistensi hasil penelitian terdahulu antar variabel yang ada. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman merek, persepsi kualitas, dan citra merek terhadap loyalitas merek baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepercayaan merek sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan *Commitment Trust Theory* (CTT)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis survei yang dikumpulkan melalui metode kuesioner yang digabungkan dengan metode wawancara dan disebarkan kepada 250 responden konsumen McDonald's Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Data yang telah didapatkan akan dianalisis dengan teknik *Structural Equation Model* (SEM) pada AMOS.

Hasil menunjukkan bahwa pengalaman merek, persepsi kualitas, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepercayaan merek sebagai variabel intervening. Temuan ini memberikan implikasi bagi McDonald's khususnya di Kota Semarang untuk lebih memaksimalkan pengalaman merek, persepsi kualitas, dan citra merek untuk mengembalikan kepercayaan dan loyalitas merek pasca seruan isu boikot tersebut.

Kata kunci: pengalaman merek, persepsi kualitas, citra merek, kepercayaan merek, loyalitas merek, McDonald's