

ABSTRAK

Maulana Ishak, 2017, 8223145319, judul karya ilmiah “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Merek Produk Indomie (Studi Kasus Pada Masyarakat di Sungai Bambu, Tanjung Priok, Jakarta)”. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas merek produk Indomie. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang mengkonsumsi produk Indomie. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling*. Metode pengolahan data menggunakan metode Regresi Linier Sederhana. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas merek. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *R Square* sebesar 0.673 (67,3%), sedangkan sisanya 0.327 (32,7%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dalam penelitian ini juga diketahui bahwa kepercayaan merek memiliki pengaruh yang paling positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. Dengan demikian, hasil penelitian ini relevan dan pada saat yang sama mendukung teori loyalitas merek.

Kata kunci : Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek dan Analisis Regresi Linier Sederhana.

ABSTRACT

Maulana Ishak, 2017, 8223145319, title of the research “The Influence Of Brand Trust On Loyalty Brand Indomie Product (A case study society in Sungai Bambu, Tanjung Priok, Jakarta)”. DIII Marketing Study Program. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This research is analyze the influence of brand trust to brand loyalty Indomie product. The data which is used in this research is primary data, collected from spreading one hundred questionnaires to Indomie's consumers. This research use non-probability sampling and linier regression analysis in cultivating data. From the result of this research, known that brand trust influence to brand loyalty. Which is showing by value of R Square is 0.673 (67,3%), while 0.327 (32,7%) is influence by other factors. In this research, also known that brand trust have most positive and significant influence to brand loyalty. Thus, the result of the research is relevant and at the same time supports the theory of brand loyalty.

Keyword: Brand Trust, Brand Loyalty, and Regression Analysis.