

ABSTRAK

Dita Aditia Kusmawan, NIM. 3402170228. “Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Suatu Studi Konsumen Kopi Kapal Api pada Toserba Gunasalma)”. Dibawah bimbingan M. Aziz Besari, S.Sos., M.M. (Pembimbing I) dan Mujadid Faruk, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek (suatu studi konsumen kopi kapal api pada Toserba Gunasalma). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1). pengaruh citra merek terhadap loyalitas merek kopi Kapal Api Konsumen Toserba Gunasalma; 2) pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek kopi Kapal Api Konsumen Toserba Gunasalma; 3) pengaruh pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek kopi Kapal Api Konsumen Toserba Gunasalma.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Deskriptif dan Asosiatif meliputi Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Berganda, Analisis Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikansi (Uji t dan Uji F).

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada Kopi Kapal Api di Toserba Gunasalma Kawali. Sebaiknya perusahaan memastikan dulu ketersediaan dan kemudahan pembelian produk kopi kapal api di berbagai titik penjualan. Selain itu, pertimbangkan inovasi kemasan atau produk untuk memfasilitasi konsumsi yang mudah di berbagai situasi, sediakan konten edukatif atau panduan tentang kopi seperti cara menyeduh yang baik atau informasi mengenai asal-usul biji kopi.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Loyalitas Merek