

ABSTRAK

Miftakhul Salsabilla Dwi Munisa, Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Telkomsel (Studi pada Mahasiswa Manajemen Universitas Trunojoyo Madura).Dibawah bimbingan Triana Setiyarini, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek. Variabel independen dalam penelitian ini adalah citra merek dan kepercayaan merek. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu loyalitas merek. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 responden mahasiswa manajemen Universitas Trunojoyo Madura yang menggunakan Telkomsel. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS versi 29.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Variabel citra merek berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas merek Telkomsel. 2) Variabel kepercayaan merek berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas merek Telkomsel. 3) Variabel citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas merek Telkomsel.

Kata Kunci : Citra Merek, Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek

ABSTRACT

Miftakhul Salsabilla Dwi Munisa, The Effect of Brand Image and Brand Trust on Telkomsel Brand Loyalty (Study on Management Students of Trunojoyo Madura University). Under the guidance of Triana Setiyarini, S.E., M.M.

This study aims to determine the effect of brand image and brand trust on brand loyalty. The independent variables in this study are brand image and brand trust. While the dependent variable in this study is brand loyalty. This research uses quantitative methods. The sampling technique in this study used non-probability sampling techniques with purposive sampling method with a total of 100 respondents from management students of Trunojoyo University Madura who used Telkomsel. The data analysis method uses multiple linear regression analysis which is processed using SPSS version 29.

The results of this study indicate that: 1) Brand image variables partially affect Telkomsel brand loyalty. 2) Brand trust variables partially affect Telkomsel brand loyalty. 3) Brand image variables and brand trust simultaneously affect Telkomsel brand loyalty.

Keywords: Brand Image, Brand Trust, Brand Loyalty