

ABSTRAK

Muhammad Fariz Ridoi, 2023, Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Produk Makanan Basah Di Banyuates Sampang Di Bawah bimbingan Dr. Bambang Setiyo Pambudi., S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap *brand loyalty* pada produk makanan basah Alya Aya di Banyuates Sampang. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Objek penelitian ini adalah industri produk. Subjek pada penelitian ini adalah para konsumen yang pernah membeli produk makanan basah Alya Aya yang berada di Banyuates Sampang.. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis. Uji validitas dan uji realibilitas dilakukan terhadap keseluruhan responden dengan jumlah data yang dikumpulkan adalah 100 responden dan diolah menggunakan Program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, 1) Variabel brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand Loyalty pada produk makanan basah Alya Aya di Banyuates Sampang. Hal ini ditunjukkan hasil perhitungan uji t adalah $t_{hitung} (2,104) > t_{tabel} (1,66023)$ dengan nilai signifikan $0,038 < 0,05$. 2) Variabel brand trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand loyalty pada produk makanan basah Alya Aya di Banyuates Sampang . Hal ini ditunjukkan hasil perhitungan uji t adalah $t_{hitung} (8,867) > nilai\ tabel (1,66023)$ dengan hasil nilai signifikan $0,00 < 0,05$.

Kata kunci : Brand Image, Brand Trust, dan Brand Loyalty

ABSTRACT

Muhammad Fariz Ridoi, 2023, The Influence of Brand Image and Brand Trust on Brand Loyalty in Wet Food Products in Banyuates Sampang Under the guidance of Dr. Bambang Setiyo Pambudi., S.E., M.M.

This study aims to determine how much influence *brand image* and *brand trust* have on *brand loyalty* in Alya Aya wet food products in Banyuates Sampang. This research includes quantitative research. The object of this study is the product industry. The subjects of this study were consumers who had purchased Alya Aya wet food products in Banyuates Sampang. The data analysis techniques used are Validity Test, Reliability Test, Normality Test, Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test, Multiple Linear Regression Analysis and Hypothesis Test. Validity tests and reliability tests were carried out on all respondents with the amount of data collected was 100 respondents and processed using the SPSS Program. The results of this study show that, 1) Brand image variables have a positive and significant effect on brand loyalty in Alya Aya wet food products in Banyuates Sampang. This is shown that the calculation results of the t test are $t \text{ count } (2.104) > t \text{ table } (1.66023)$ with significant values of $0.038 < 0.05$. 2) Brand trust variables have a positive and significant effect on brand loyalty in Alya Aya's in Banyuates Sampang wet food products. This is shown that the calculation result of the t test is $t \text{ count } (8.867) > \text{table value } (1.66023)$ with significant value results of $0.00 < 0.05$.

Keywords: Brand Image, Brand Trust, dan Brand Loyalty