

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK MOTOR MATIC
HONDA SCOOPY DI KOTA NEGARA**

Oleh

Ni Komang Ayu Juli Utami, NIM 1917041083

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek dan kepercayaan merek secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas merek motor matic Honda Scoopy di Kota Negara. Desain penelitian ini merupakan kuantitatif kausal dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya serta menggunakan beberapa studi pustaka. Hasil dalam penelitian ini adalah: 1. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek 2. Kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek 3. Citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek.

Kata kunci: citra merek, kepercayaan merek, loyalitas merek.

Abstrack

This study aims to examine the effect of brand image and brand trust partially or simultaneously on brand loyalty of Honda Scoopy automatic motorbikes in Kota Negara. This research design is a causal quantitative using multiple linear regression analysis techniques. Determination of the sample in this study using a non-probability sampling technique, namely purposive sampling, with a total sample of 110 respondents. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability and uses several literature studies. The results in this study are: 1. Brand image has a positive and significant effect on brand loyalty 2. Brand trust has a positive and significant effect on brand loyalty 3. Brand image and brand trust have a significant effect on brand loyalty.

Keywords: *brand image, brand trust, brand loyalty*