

ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh dari *Brand Association* yang berdampak terhadap Loyalitas Konsumen Minimarket Indomaret STM Walang – Jakarta Utara. Data diperoleh melalui survey dengan menyebar kuesioner kepada 161 (Seratus Enam Puluh Satu) Konsumen Indomaret STM Walang – Jakarta Utara yang sedang melakukan pembelian ke *minimarket* tersebut. Teknik pengambilan sampel adalah aksidental sampling, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana.

Melalui perhitungan statistik diperoleh persamaan garis regresi $Y = 4,543 + 0,188X$, nilai R Square sebesar 0,136, sedangkan nilai R sebesar 0,368. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, atau terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari *brand association* terhadap loyalitas konsumen. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian perbandingan dengan minimarket sejenis.

Kata kunci : *Brand Association*, Loyalitas Konsumen