

ABSTRACT

This research aims to know the influence of brand image, and brand trust toward Teh Botol Sosro brand loyalty . The Object for this research is student of marketing management of Mercu Buana University in the study year 2014 located in Jakarta. The result of this research shows that either simultaneously or partially, the variabel of brand image, and brand trust influence to of The Teh Botol Sosro brand loyalty. It has been proven fro the result of (f) simoultant test and the result of (t) partial shows significant point of two independent variables that support the hipotesys. Therefore, the accepted assumption is, there is influence between brand image, and brand trust to The Botol Sosro brand loyalty.

Keywords: Brand Image, Brand Trust, Brand Loyalty



ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Citra Merek*, dan *Kepercayaan Merek*, terhadap loyalitas merek. Objek penelitian ini adalah mahasiswa mercubuana program studi manajemen pemasaran 2014 di Jakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, variabel citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap loyalitas merek pada the botol sosro. Hal ini dibuktikan dari hasil Uji Simultan (Uji F) dan hasil Uji Parsial (Uji t) juga menunjukkan nilai signifikansi dari dua variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh Karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel citr merek, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada teh botol sosro.

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

