

KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS DALAM MEMBANGUN

CITRA MEREK

(Survei pada Pelanggan Ratu Swalayan Kabupaten Kebumen)

NALA HANDINI

NIM. 141180268

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
e-mail: nalahani1123@gmail.com

ABSTRAK

This research aims to determine and analyze the influence of Trust and Loyalty on Brand Image among Ratu Swalayan Customers, Kebumen Regency. This type of research is quantitative research. The method used is the Structural Equation Model (SEM) method using SmartPLS 3.0 software. The population of this study was 150 customers of Ratu Swalayan Kebumen Regency. The sampling technique used was purposive sampling. The research results show that: 1. There is a significant positive influence of loyalty on brand image among Ratu Swalayan customers. 2. There is a significant positive influence of Trust on Loyalty among Ratu Swalayan customers. 3. There is a significant positive influence on Trust in Brand Image among Ratu Swalayan customers. 4. There is a significant positive influence of Trust on Brand Image which is mediated by Loyalty.

Keywords: Trust, Loyalty, Brand Image

KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS DALAM MEMBANGUN

CITRA MEREK

(Survei pada Pelanggan Ratu Swalayan Kabupaten Kebumen)

NALA HANDINI

NIM. 141180268

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
e-mail: nalahani1123@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepercayaan dan Loyalitas terhadap Citra Merek pada Pelanggan Ratu Swalayan Kabupaten Kebumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode *Structural Equation Model (SEM)* dengan menggunakan bantuan *software SmartPLS 3.0*. populasi dari penelitian ini adalah pelanggan Ratu Swalayan Kabupaten Kebumen Sebanyak 150 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: 1. Adanya pengaruh positif signifikan Loyalitas terhadap Citra Merek pada pelanggan Ratu Swalayan. 2. Adanya pengaruh positif signifikan Kepercayaan terhadap Loyalitas pada pelanggan Ratu Swalayan. 3. Adanya pengaruh positif signifikan Kepercayaan terhadap Citra Merek pada pelanggan Ratu Swalayan. 4. Adanya pengaruh positif signifikan Kepercayaan terhadap Citra Merek yang dimediasi oleh Loyalitas.

Kata kunci: Kepercayaan, Loyalitas, Citra Merek