

***Brand Loyalty of Nescafe Coffee
(Study On RW 012 Mekarsari)***

By Arini Ardiyanti Utami

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the influence of brand image, brand trust, and customer satisfaction on brand loyalty. A population in this research is RW 012 Mekarsari Cimanggis Depok. The sample size was taken as many as 75 respondents, with purposive sampling. The analysis technique used is Partial Least Square and level of significance 5% (0,05). The results of this study indicate that, (1) Brand image has a significant influence on brand loyalty, (2) Brand trust has significant influence on brand loyalty, (3) Customer satisfaction has a significant influence to brand loyalty.

Keywords: Brand Image, Brand Trust, Customer Satisfaction, Brand Loyalty

Loyalitas Merek Kopi Nescafe (Studi Pada RW 012 Mekarsari)

Oleh Arini Ardiyanti Utami

Abstrak

Penelitian kuantitatif ini yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek pada produk Nescafe. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah Warga RW 012 Mekarsari Cimanggis Depok. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 75 responden. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisa yang digunakan adalah *Partial Least Square* dan tingkat signifikansi 5% (0,05). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) Citra merek berpengaruh terhadap loyalitas merek, (2) Kepercayaan Merek berpengaruh terhadap loyalitas merek, (3) Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas merek.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Merek.