

**Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kesadaran Merek Terhadap
Loyalitas Merek Produk Kopi Kemasan Siap Minum Nescafe
(Studi Pada Wilayah Kelurahan Tengah Jakarta Timur)**

Oleh

Hendras Arung Satryo

Abstrak

Penelitian Ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kepercayaan merek dan kesadaran merek terhadap loyalitas merek. Pupulasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Tengah Jakarta Timur. Ukuran sampel diambil sebanyak 55 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengambilan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan *Software SmartPLS3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kepercayaan merek memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas merek dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,249. (2) kesadaran merek memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas merek dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,552.

Kata kunci: Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek, Loyalitas Merek.

***The Influence Of Brand Trust and Brand Awareness on Brand
Loyalty Ready to Drink Coffee Nescafe
(Study In Tengah Sub-District of East Jakarta)***

By

Hendras Arung Satryo

Abstract

This research is a quantitative research that aims to determine the influence of brand trust and brand awareness on brand loyalty. The Population in this study the community of Kelurahan Tengah of East Jakarta. The sample size was taken by 55 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaire distribution. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square) with SmartPLS3.0 software. The results of this study showed that (1) brand trust has a significant effect on brand loyalty with coefficient value of 0.249. (2) brand awareness has a significant influence on brand loyalty with coefficient value of 0.552 lanes.

Keywords: Brand Trust, Brand Awareness, Brand Loyalty.