

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
BRAND LOYALTY PADA PRODUK SUSU UHT ULTRAMILK (STUDY
PADA KONSUMEN SUSU UHT ULTRAMILK DI KABUPATEN
JOMBANG)**

ABSTRAK

Oleh :

ENI NUR AFIFAH

Nim 1661088

Dosen Pembimbing :

Dr. Siti Zuhroh, M.Si

NIDN. 0011096902

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek dan kepercayaan merek pada susu Uht Ultramilk. Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh konsumen susu Uht Ultramilk yang pernah mengkonsumsi produk susu Uht Ultramilk. Sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 orang yang diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Dari hasil penelitian didapati bahwa variabel citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap variabel *brand loyalty*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah semakin positif citra merek susu Uht Ultramilk, maka akan semakin mendorong *brand loyalty* susu Uht Ultramilk dan semakin tinggi kepercayaan merek susu Uht Ultramilk, maka akan semakin mendorong *brand loyalty* pada susu Uht Ultramilk.

Kata Kunci : Citra Merek, Kepercayaan Merek , Brand Loyalty