

PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA SABUN MANDI LIFEBOUY DI JOMBANG

ABSTRAK

**Oleh :
Dinar nabillah
1761063**

**Dosen Pembimbing :
Dr. Siti Zuhroh, M.Si.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap *brand loyalty* pada konsumen yang menggunakan sabun mandi merek Lifebouy di wilayah Jombang. Penelitian ini merupakan jenis penelitian Verifikatif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode explanatory research yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan antar variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis.

Data pada penelitian meliputi data primer dan sekunder, serta untuk populasi yaitu konsumen yang menggunakan sabun mandi merek lifebouy di wilayah Jombang yang berjumlah 96 responden. Penentuan sampel di penelitian ini memakai nonprobability sampling dengan memakai teknik *purposive sampling*. Skala pengukuran menggunakan skala linkert, pengumpulan data menggunakan angket dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang diolah melalui aplikasi SPSS versi 21.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh secara signifikan terhadap Brand Loyalty. Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh terhadap brand loyalty pada konsumen sabun mandi lifebouy di wilayah Jombang.

Kata Kunci : Citra Merek , Kepercayaan Merek, *Brand Loyalt*