ABSTRAK

Fakultas Ekonomi
Program Studi S-1 Manajemen
2018

Hani Nurarifah Yulisma
120.2014.077

Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Mie Instan Indomie dan Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam

95 + xiv halaman, 23 tabel, 3 gambar, dan 12 lampiran

Uraian Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas YARSI Angkatan 2014. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *simple random sampling* menggunakan rumus Slovin dengan sampel sejumlah 75 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda dengan Uji T dan Uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. (2) kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. (3) kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. (4) Secara simultan seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas merek.

Menurut sudut pandang Islam, loyalitas merek akan terjadi apabila produsen memberikan kualitas yang baik pada mereknya. Sedangkan citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan konsumen diperbolehkan apabila jujur dalam pekerjaan, amanah, dan bertanggung jawab. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al-Muddatsir (74): 38: *“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya.”*

Kata Kunci: citra merek, kepercayaan merek, kepuasan konsumen, dan loyalitas merek