

PENGARUH *BRAND EQUITY* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP

LOYALITAS PELANGGAN TEH BOTOL SOSRO

**(Suatu Penelitian Terhadap Mahasiswa Aktif S1 Manajemen STIE EKUITAS
angkatan 2011-2013)**

Oleh :

Tantri Tresnawati

A10110177

Pembimbing:

Teguh Iman Basuki, S.Kom., M.M

ABSTRAK

Dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengenal seberapa besar pengaruh *brand equity* dan *brand trust* terhadap loyalitas pelanggan Teh Botol Sosro menurut Mahasiswa Aktif S1 Manajemen STIE EKUITAS Angkatan 2011-2013.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Jalur.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan penetapan *brand equity* dan *brand trust* terhadap loyalitas pelanggan Teh Botol Sosro baik secara parsial dan simultan.

Kata Kunci : brand equity, brand trust, dan loyalitas pelanggan

The Influence of Brand Equity and Brand Trust to Consumer Loyalty of Teh Botol

Sosro

(A Research To The Active Bachelor Students Of STIE EKUITAS 2011-2013

Majoring in Management)

By :

Tantri Tresnawati

A10110177

Adviser:

Teguh Iman Basuki, S.Kom., M.M

ABSTRACT

The purpose of this research is to know and analyze the influence of Brand Equity and Brand Trust to Costumer Loyalty of The Botol Sosro according to The Active Bachelor Students Of SITE EKUITAS 2011-2013 Majoring in Management.

The research method used is an survey research method, data collection technique done through interviews and questionnaire. The analytical tool used path analysis.

From the results showed that there was a significant influence of Brand Equity and Brand Trust to Customer Loyalty of Teh Botol Sosro partially and simultaneously.

Keyword : Brand Equity, Brand Trust, and Costumer Loyalty