



[Home](#) / [Archives](#) / [Vol. 3 No. 2 \(2022\)](#) / [Articles](#)

Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Mie Instan

Rully Armanto

Universitas Tamansiswa Palembang

Bella Islamiah

Universitas Bina Darma

Muji Gunarto

Keywords: brand image, brand trust, brand loyalty

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of brand image and brand trust on brand loyalty. The population in this study were students in the city of Palembang. The sampling technique used Accidental Sampling and obtained a research sample of 400 respondents. The variables of this study used two variables, namely the dependent and independent variables. Data analysis using multiple linear regression analysis model with SPSS program. The results showed that partially or simultaneously the variable brand image and brand trust had a significant effect on brand loyalty, for the variable that had the most dominant influence was brand image. There are several implications including the impact of instant noodles that are not good for health and the reputation of instant noodle products that are not guaranteed.

References

Arista, D., & Sri, R. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Aset*, 13(1), 37–45.

Armanto, R., & Gunarto, M. (2021). Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Telepon Seluler dengan Citra Perusahaan dan Ekuitas Merek sebagai Variabel Eksogen. *Jurnal Bisnis, Manajemen,*

Dan Ekonomi, 1(3), 41–52.

Assauri, S. (2011). Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. In PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.

Astawan, M. (2011). Pangan Fungsional untuk Kesehatan yang Optimal. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (pp. 58(12), 7250–7257).

Astuti, R., & Alfarizky, A. (2020). Effect of Brand Image and Brand Trust on Brand Loyalty in Yamaha Products (Case Study of Students of Muhammadiyah University North Sumatra. 1(1), 32–42.

Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–9.

Ferrinadewi, E. (2016). Pengaruh Nilai-Nilai Hedonis dan Konsep Diri Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Pada Loyalitas Merek di Surabaya (studi pada pembelian barang mewah). *E-Journal Manajemen Kinerja*, 2(2), 1–11.

Fitria. (2013). pengaruh media sosial dan citra merek terhadap minat beli konsumen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Gunarto, M. (2013). Strategi Membangun Kepuasan Konsumen dalam Rangka Membangun Loyalitas Pengunjung Objek Wisata Kota Pagaralam. *Seminar Nasional: Green Tourism and Economic Development*.

Gunarto, M., & Septayuda, I. (2016). Analisis Ekuitas Merek Dalam Persaingan Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah MBiA*, 15(2), 115–124.

Handrianto, P., Kusuma Wardani, R., Ikhtiarinawati Fajrin, F., Studi Farmasi, P., & Farmasi Surabaya, A. (2018). Pendidikan Kesehatan Melalui Penyuluhan Tentang Makanan Sehat Dan Dampak Konsumsi Mie Instan Bagi Kesehatan Di Desa Dreneges Kec. Sugih Waras Kab. Bojonegoro. *Journal of Science and Social Development*, 1(1).

Haryono, N., & Octavia, R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan*, 4(1), 20–27.

Kencana, D. (2019). Pengaruh Mie Instan Bagi Kesehatan Anak Kos Di Jalan Garuda Induk, Kec. Padang Utara, Kota Padang. *Pengaruh Mie Instan Bagi Kesehatan Anak Kos Di Jalan*

Garuda Induk, Kec. Padang Utara, Kota Padang.

Kotler, P. (2012). *Kotler P. Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller*. Pearson Educ Int. 2012. Pearson Education International.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E)*. In Global Edition.

Laksono, A. W., & Suryadi, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*.

Lasander, C. (2013). Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).

Lukman, E. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Pengguna Helm Merek Ink (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Widya Gama Lumajang).

Pradana, M. B. V., Wahab, Z., Widad, A., & Gunarto, M. (2019). Studi Kepuasan dan Loyalitas Nasabah melalui Kualitas Layanan dan Citra Bank Sumsel Babel. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 206–219.

Rauf, N., Kamase, J., & Dewi, R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek, Kualitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Merek. *CESJ: Center Of Economic Students ...*

Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Teh Botol Sosro Survei Konsumen Teh Botol Sosro di Food Court ITC Cempaka Mas, Jakarta timur. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1), 1–17.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior, Eleventh Edition*. In *Consumer Behavior*.

Setiawaty, N. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma, Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(1), 96601.

Sundalangi, M. (2014). Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1).

Sundjoto, & Hadi, A. (2012). *62 Media Mahardhika Vol. 11 No 1 September 2012*. 11(1), 62–72.

Tingkir, C. F. (2014). Pengaruh Identitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Citra Merek Dan

Kepercayaan Merek Toyota. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 62–69.

Utami, V., Prabandari, Y. S., & Susetyowati, S. (2017). Determinan konsumsi mie instan pada mahasiswa Universitas Sriwijaya. *Berita Kedokteran Masyarakat*, 33(3), 153.

Variano, V. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Merek Konsumen Kereta Api. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(3).

 PDF

Published
2022-06-30

How to Cite

Armanto, R., Islamiah, B. ., & Gunarto, M. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek Mie Instan. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 3(2), 58-68. Retrieved from <https://journal.jis-institute.org/index.php/jnmpsdm/article/view/751>

More Citation Formats 

Issue

[Vol. 3 No. 2 \(2022\)](#)

Section

Articles

License

Copyright (c) 2022 Rully Armanto, Bella Islamiah, Muji Gunarto



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

∴MENU UTAMA∴

[Tim Editor](#)
[Reviewer](#)
[Ruang Lingkup](#)

:.SUBMISSION.:

[Submission JNMPSDM](#)
[Petunjuk Penulisan](#)
[Pembayaran](#)

:.PUBLIKASI.:

[Kebijakan dan Proses Peer Review](#)
[Hak Cipta dan Lisensi](#)
[Etika Publikasi](#)
[Kebijakan Plagiasi](#)
[Kebijakan Open Akses](#)

:.PENGUNJUNG.:



:.INFORMASI.:

[Untuk Pembaca](#)
[Untuk Penulis](#)
[Untuk Pustakawan](#)

:.ALAT BANTU.:



**Manuscript
Template**



MENDELEY



Current Issue

ATOM 1.0

RSS 2.0

RSS 1.0

Information

[For Readers](#)

[For Authors](#)

[For Librarians](#)

[Make a Submission](#)

Language

[Bahasa Indonesia](#)

[English](#)

Browse



Training & Research Institute - Jeramba Ilmu Sukses

Platform &
workflow by
OJS / PKP

Jl. Brigjend Hasan Kasim No.22 Palembang

Email: jnmpsdm@jis-institute.org



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).