

ABSTRAK

Silvia Varina Ellia Putri. NIM. 2020210034. Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, *Product Quality*, dan *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Mie Pedas “Mie Gacoan” Cabang Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara empiris pengaruh *brand image* terhadap loyalitas konsumen pada mie pedas “Mie Gacoan” Cabang Kudus. Mengkaji secara empiris pengaruh *brand trust* terhadap loyalitas konsumen pada mie pedas “Mie Gacoan” Cabang Kudus. Mengkaji secara empiris pengaruh *product quality* terhadap loyalitas konsumen pada mie pedas “Mie Gacoan” Cabang Kudus. Mengkaji secara empiris pengaruh *perceived value* terhadap loyalitas konsumen pada mie pedas “Mie Gacoan” Cabang Kudus.

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian lapangan, melalui sumber data primer yang dikumpulkan untuk menjawab rumusan masalah. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini pelanggan mie pedas “Mie Gacoan” Cabang Kudus berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket/kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas instrumen, uji reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, dan uji hipotesis yang terdiri dari analisis regresi berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t parsial, dan uji statistik F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *brand image* terhadap loyalitas konsumen pada mie pedas “Mie Gacoan” Cabang Kudus. Berdasarkan nilai demikian thitung lebih besar dari pada ttabel ($4,732 > 1,985$). Tidak terdapat pengaruh *brand trust* terhadap loyalitas konsumen pada mie pedas “Mie Gacoan” Cabang Kudus. Berdasarkan nilai demikian thitung lebih kecil dari pada ttabel ($-1,021 < 1,985$). Tidak terdapat pengaruh *product quality* terhadap loyalitas konsumen pada mie pedas “Mie Gacoan” Cabang Kudus. Berdasarkan nilai demikian thitung lebih kecil dari pada ttabel ($0,914 < 1,985$). Terdapat pengaruh *perceived value* terhadap loyalitas konsumen pada mie pedas “Mie Gacoan” Cabang Kudus. Berdasarkan nilai demikian thitung lebih besar dari pada ttabel ($3,954 < 1,985$).

Kata Kunci: *Brand Image*, *Brand Trust*, *Product Quality*, *Perceived Value*, dan Loyalitas Konsumen