

## ABSTRAK

**Yulistiana (NIM: 1320210174). Pengaruh Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Citra Merek Pada Konsumen Tenun Troso Jepara. Skripsi, kudu : Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam STAIN Kudus, 2017.**

Penelitian yang berjudul Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Terhadap Citra Merek Pada Konsumen Tenun Troso Jepara ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris pengaruh *promotion* dan kepercayaan terhadap citra merek pada konsumen Tenun Troso Jepara secara parsial dan simultan. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). yaitu penelitian yang dilakukan dengan tujuan mempelajari secara intensif latar belakang, status terakhir, dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu satuan sosial seperti individu, dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Kuesioner disebarakan kepada 68 responden. Metode pengumpulan data dengan penyebaran angket. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, uji normalitas, analisis regresi berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *promotion* dengan citra merek pada konsumen Tenun Troso Jepara, sesuai dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ( $2.432 > 1.6694$ ), dan berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0.018, terdapat pengaruh kepercayaan dengan citra merek pada konsumen Tenun Troso Jepara, sesuai dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ( $1.889 > 1.6694$ ), dan berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0.000. Terdapat pengaruh promosi dan kepercayaan dengan citra merek pada konsumen Tenun Troso Jepara, sesuai dengan nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel ( $2.51 > 9.602$ ), dan berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0.05, yaitu sebesar 0.000.

**Kata Kunci : Promosi, Kepercayaan dan Citra Merek**