

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPERCAYAAN MEREK PADA PASTA GIGI PEPSODENT (STUDI PADA ANAK KOST DI JALAN KOPI KELURAHAN GEDUNG MENENG KECAMATAN RAJABASA)

**Oleh
ARISA WULANDASARI**

Citra merek merupakan salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap kepercayaan merek. Pepsodent merupakan pasta gigi berkualitas yang paling menguasai pasar di Indonesia. Penelitian ini bertujuan mengungkap pengaruh citra merek terhadap kepercayaan merek pasta gigi pepsodent.

Tipe penelitian adalah penelitian eksplanasi asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah anak kost di jalan kopi kecamatan rajabasa yang menggunakan pasta gigi pepsodent dengan sampel penelitian sejumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dengan skala likert. Uji hipotesis menggunakan uji t. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian, citra merek pasta gigi pepsodent adalah sangat baik, hal tersebut dapat dilihat dari jawaban responden yang mayoritas setuju dengan pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan tolak ukur citra merek pepsodent yaitu atribut atau manfaat yang terlihat, atribut atau manfaat yang tidak terlihat dan Sikap global terhadap merek tersebut. Koefisien regresi bernilai positif yang berarti ada pengaruh yang positif antara citra merek dan kepercayaan merek. Citra merek pasta gigi pepsodent yang baik menyebabkan anak kost di jalan kopi mempunyai kepercayaan merek yang baik akan pasta gigi pepsodent. Koefisien determinan (R^2) sebesar 0,422 yang berarti bahwa 40% variasi kepercayaan merek dijelaskan oleh citra merek sedangkan 60% sisanya dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas oleh penelitian ini. Hasil uji t menunjukkan bahwa t hitung $>$ t table. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ini berarti bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan merek pasta gigi pepsodent pada anak kost di jalan kopi.

Kata kunci : Citra Merek, Kepercayaan Merek.

ABSTRACT

THE INFLUENCE BRAND IMAGE TOWARD BRAND TRUST ON PEPSODENT TOOTHPASTE (STUDIES IN CHILDREN BOARDING AT STREET COFFEE GEDUNG MENENG ROAD DISTRICTS RAJABASA)

**By
ARISA WULANDASARI**

Brand image is one of the important factors that influence brand trust. Pepsodent toothpaste quality is the most dominate the market in Indonesia. This study aims to reveal the influence of brand image on brand trust Pepsodent toothpaste.

This type of study is research of associative with approach quantitative explanation. This study population is children boarding at street coffee Rajabasa districts who use Pepsodent toothpaste with a study sample of 100 people. Data collection techniques using a questionnaire with Likert scale. Hypothesis testing using the t test Analysis of the data used is a simple linear regression analysis.

Based on this research, Pepsodent toothpaste brand image is very good, it can be seen from the majority of respondents agreed with statements relating to the benchmarks that Pepsodent brand image attributes or benefits that are visible, attributes or benefits that are not visible and Attitudes global brand. Regression coefficient is positive which means there is a positive effect between brand image and brand trust. Pepsodent toothpaste brand image of good cause children boarding at street coffee brands have confidence that good will Pepsodent toothpaste. Determinant coefficient (R^2) of 0.422 which means that 40% of the variation is explained by the brand trust the brand's image while the remaining 60% can be explained by other factors not addressed by this study. T test results showed that the $t_{count} > t_{table}$. Thus H_0 is rejected and H_1 accepted. This means that the brand image significantly influence brand trust pepsodent toothpaste in children boarding at the way the coffee.

Key words: Brand Image, Brand Trust.