

Tajun Ramadhan, 10312040, **Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, Dan *Brand Loyalty* Terhadap Minat Beli Ulang Indomie Di Kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik**, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Agustus, 2014

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku minat beli ulang konsumen Indomie di Kecamatan Manyar Gresik. Penelitian ini menggunakan sampel 100 responden, jenis data yang digunakan primer. Penelitian ini juga menguji tiga variabel independen yaitu citra merek (*brand image*), kepercayaan merek (*brand trust*), dan loyalitas merek (*brand loyalty*) yang mempengaruhi perilaku minat beli ulang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek (*brand image*), kepercayaan merek (*brand trust*), dan loyalitas merek (*brand loyalty*) dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek (*brand image*), kepercayaan merek (*brand trust*), dan loyalitas merek (*brand loyalty*) berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku minat beli ulang.

Kata kunci : *brand image*, *brand trust*, *brand loyalty*