

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari pengaruh dari variabel kepercayaan atas merek yang meliputi kepercayaan merek, kepercayaan perusahaan, kepercayaan merek – konsumen. Merek yang diteliti adalah merek minuman probiotik Yakult, yang respondennya diambil dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang mengkonsumsi minuman probiotik Yakult.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama dan parsial variabel kepercayaan atas merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek. Dalam upaya meningkatkan loyalitas merek, perusahaan harus senantiasa meningkatkan dan mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap merek.

Kata kunci : kepercayaan atas merek, karakteristik merek, karakteristik perusahaan, karakteristik merek konsumen, loyalitas merek.

## **ABSTRACT**

This research aims to study the effect of variable reliability of the brand including brand trust, trust companies, trust the brand - consumers. Brands under investigation is a brand of probiotic drink Yakult, the respondents were taken from students Muhammadiyah University of Yogyakarta who consumed the probiotic drink Yakult.

The results of this study indicate that jointly and partial confidence in the brand variables significant effect on brand loyalty. In an effort to increase brand loyalty, companies must constantly improve and maintain customer trust towards the brand.

**Key words:** confidence in the brand, brand characteristics, firm characteristics, the characteristics of consumer brand, brand loyalty.