

ABSTRAK

Perkembangan industri otomotif di Indonesia dapat mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat. Dengan berkembangnya industri otomotif saat ini, masyarakat dapat menggunakannya sebagai sarana mobilitas dan sebagai alat angkut dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan merek city car Toyota agya di dealer Wijaya Toyota Cimareme. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling menggunakan non-probability sampling, dengan cara accidental sampling. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kepuasan pelanggan secara simultan mempunyai kontribusi pengaruh terhadap kepercayaan merek dengan koefisien determinasi yaitu sebesar 52%. Kontribusi pengaruh citra merek terhadap kepercayaan merek yaitu sebesar 29,9% dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan merek yaitu sebesar 22,1%. Sisanya 48% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Maka citra merek dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap kepercayaan merek secara simultan maupun secara parsial.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Merek.