

## ABSTRAK

Judul : **Kontribusi *Brand Equity* Terhadap *Customer Loyalty* Pada Mahasiswa/i Yang Mengkonsumsi Produk Mie Instan Merek Indomie Di Kota Bukittinggi.**

Nama : Nurul Dwi Purwasih

Pembimbing : Yanladila Yeltas Putra, S.Psi.,M.A

Persaingan semakin ketat diantara para produsen makanan instan yang menyebabkan banyaknya produk makanan instan yang beredar dipasaran. Akibatnya konsumen menjadi semakin selektif dalam memilih makanan instan. Salah satu makanan instan yang banyak dikonsumsi saat ini adalah mie instan Indomie. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi *brand equity* terhadap *customer loyalty* pada mahasiswa/i yang mengkonsumsi produk mie instan merek Indomie di kota Bukittinggi. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa/i di kota Bukittinggi dan sampel ditarik dengan menggunakan teknik *purposive random sampling* dengan menggunakan beberapa kriteria tertentu sehingga didapatkan subjek sebanyak 80 orang. Teknik analisis data didalam penelitian ini yakni menggunakan uji normalitas dan linearitas serta uji korelasi dengan analisis regresi menggunakan bantuan *IBM Statistic Packages for Social Science (SPSS) Statistics 20*.

Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *brand equity* terhadap *customer loyalty* pada mahasiswa/i yang mengkonsumsi mie instan merek Indomie di kota Bukittinggi. Terbukti dari hasil uji hipotesis didapatkan pada taraf signifikansi 0,01. Dapat diartikan bahwa ketika *brand equity* meningkat maka *customer loyalty* akan meningkat pula, dan begitu juga sebaliknya ketika *brand equity* menurun maka *customer loyalty* akan menurun.

**Kata kunci** : *brand equity*, *customer loyalty*, mie instan.