

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP RETENSI  
PELANGGAN  
(Studi Kasus Pada Konsumen Shopie Martin Paris Di Kecamatan Jombang)**

**ABSTRAKSI**

**Oleh:  
Nina Indriana**

**Dosen Pembimbing:  
Indra Kurniawan, S.Sos.,MM**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh peningkatan retensi pelanggan oleh konsumen Shopie Martin Paris. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruhnya kepercayaan merek dan citra merek terhadap retensi pelanggan pada konsumen Shopie Martin Paris . Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Shopie Martin Paris yang melakukan pembelian ulang yang ada di kecamatan Jombang. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 80 orang yang diambil dengan metode teknik *purposive sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Dari hasil penelitian didapati bahwa variabel kepercayaan merek dan citra merek berpengaruh positif terhadap variabel retensi pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah semakin positif tinggi kepercayaan merek, maka akan meningkatkan retensi pelanggan semakin baik citra merek pada merek Shopie Martin Paris, maka akan meningkatkan retensi pelanggan.

Kata Kunci: Kepercayaan Merek, Citra Merek, Retensi Pelanggan