**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, EKUITAS MEREK, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

**PADA PASTA GIGI MEREK PEPSODENT DI KOTA PADANG**

**Selvi Yona Tamara1, Lindawati2, Mery Trianita2**

1Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta

1Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta

E-mail : [selvi\_tamara@yahoo.co.id](mailto:selvi_tamara@yahoo.co.id), [l11nda@yahoo.co.id](mailto:l11nda@yahoo.co.id), merytrianita@yahoo.com

**ABSTRACT**

*Toothpaste is one of daily needs or convenience goods used every individual in every demographic segment, resulting in the production of toothpaste products is very high and always rise along with population growth, so the production of toothpaste products is very high and always increasing in line with population growth. This research aims to determine the effect of brand trust, brand equity, and price of consumer loyalty on brand pepsodent toothpaste in Padang city. The sample in this research are the consumers who buy and use pepsodent toothpaste in Padang city totaled 138 respondents. The technique of sample is the sampling purposive. Methods of data analysis used was multiple linear regression analysis. The result of this research found that confidence in the brand trust, brand equity, and price affect positive and significant to consumer loyalty on brand pepsodent toothpaste in Padang city.*

***Keyword : brand trust, brand equity, price, customer loyalty***

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, EKUITAS MEREK, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

**PADA PASTA GIGI MEREK PEPSODENT DI KOTA PADANG**

**Selvi Yona Tamara1, Lindawati2, Mery Trianita2**

1Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta

1Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta

E-mail : [selvi\_tamara@yahoo.co.id](mailto:selvi_tamara@yahoo.co.id), [l11nda@yahoo.co.id](mailto:l11nda@yahoo.co.id), merytrianita@yahoo.com

**ABSTRAK**

Pasta gigi merupakan salah satu kebutuhan sehari-hari atau *convinience goods* yang digunakan setiap individu di segala segmen dan demografi, sehingga produksi dari produk pasta gigi sangat tinggi dan selalu meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek, ekuitas merek, dan harga terhadap loyalitas konsumen pada pasta gigi merek pepsodent di kota Padang. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan menggunakan pasta gigi pepsodent di Kota Padang berjumlah 138 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling.* Metode analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan merek, ekuitas merek dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada pasta gigi merek pepsodent di Kota Padang.

**Kata Kunci : kepercayaan merek, ekuitas merek, harga, loyalitas konsumen**