**Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Ajinomoto Di Kota Padang**

**Oleh :**

**Eko Saputra
0910011211016**

Abstrack

*Ajinomoto adalah salah satu perusahaan penyedaap rasa dengan kosep rasa umami. adalah salah satu dari lima rasa dasar setelah manis, asin, asam dan pahit. Dalam hal ini, di Indonesia Ajinomoto telah lama bersaing dengan penyedap rasa lainnya seperti sasa, dan royco. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Ajinomoto. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli Ajinomoto sebanyak 100 orang responden. Dengan metode purposive sampling. Metode yang di gunakan adalah analisa deskriptif dan regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini adalah citra merek dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.*

***Keyword*** *: citra merek, kepercayaan dan loyalitas konsumen*