

## **ABSTRAK**

SASKIA PRAMESWARI. NIM 2019116054. Pengaruh Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pengguna Aplikasi MviCall di Jabodetabek). Dibawah bimbingan Ibu Dr. Levyda, SE, MM.

Proses perkembangan suatu kemajuan di bidang teknologi yang semakin canggih menjadikan aplikasi sebagai alat untuk memudahkan pengguna memenuhi kebutuhan. Salah satu aplikasi ponsel yang diminati masyarakat yaitu *video tone* sebagai pengganti *ring tone* melalui fitur MViCall yang dikembangkan oleh PT. Indonesia Satu Tujuh yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *content provider*. Namun jumlah pengguna aktif MViCall terus mengalami penurunan di tahun 2022, dari 6.791 pelanggan aktif pada bulan Januari, menjadi 2.831 pada bulan September. Penurunan ini disebabkan oleh pelanggan merasa tidak berlangganan tetapi pulasanya terpotong. Penelitian ini bertujuan untuk menerangkan *brand trust* dan loyalitas pelanggan MViCall di wilayah Jabodetabek, serta mengetahui pengaruh *brand trust* terhadap loyalitas. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 97 responden yakni pelanggan aplikasi MviCall di Jabodetabek yang diolah menggunakan Excel serta IBM SPSS Versi 26. Metode analisis yang digunakan yakni analisis deskriptif kuantitatif, uji hipotesis, analisis regresi linear sederhana, dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *brand trust* menunjukkan nilai rata-rata 3,84 yang dikategorikan tinggi, sementara variabel loyalitas berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,81, dan *brand trust* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Disarankan, PT. Indonesia Satu Tujuh (MviCall) dapat melakukan peningkatan terhadap *brand trust*.

Kata kunci: Aplikasi, Loyalitas konsumen, dan Kepercayaan

## **ABSTRACT**

SASKIA PRAMESWARI. NIM 2019116054. The Effect of Brand Trust on Consumer Loyalty (Case Study of MviCall Application Users in Jabodetabek). Under the guidance of Mrs. Dr. Levyda, SE, MM.

The process of developing an advance in increasingly sophisticated technology makes the application a tool to make it easier for users to meet their needs. One of the cellphone applications that people are interested in is video tone as a substitute for ring tone through the MViCall feature developed by PT. Indonesia Satu Seven which is a company engaged in the field of content providers. However, the number of active MViCall users continued to decline in 2022, from 6,791 active subscribers in January to 2,831 in September. This decrease is because customers feel they are not subscribed but their credit is cut off. This study aims to explain the brand trust and customer loyalty of MViCall in the Greater Jakarta area, and to determine the effect of brand trust on loyalty. The data collection technique in this study used a questionnaire distributed to 97 respondents, namely the MviCall customer application in Jabodetabek which was processed using Excel and IBM SPSS Version 26. The analytical methods used were quantitative descriptive analysis, hypothesis testing, simple linear regression analysis, and coefficient of determination. Based on these results, it shows that the brand trust variable shows an average value of 3.84 which is categorized as high, while the loyalty variable is in the high category with an average value of 3.81, and brand trust has a significant effect on loyalty. It is suggested, PT. Indonesia Satu Seven (MviCall) can increase brand trust.

Keywords: Application, Consumer Loyalty, and Trust