

## **INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh pengalaman merek, kepuasan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada produk Samsung. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh langsung dari responden yang pernah melakukan pembelian dan menggunakan produk-produk Samsung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua hipotesis terdukung. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah pengalaman merek, kepuasan dan kepercayaan merek berpengaruh secara positif terhadap loyalitas merek

**Kata Kunci: Merek, Pengalaman Merek, Kepuasan, Kepercayaan Merek,  
Loyalitas Merek**

### *ABSTRACT*

This research aims to identify the influence of brand experience, satisfaction and brand trust on building brand loyalty (Samsung products). This research uses data obtained directly from respondents who had made purchases and use Samsung products.

The results showed that all hypotheses are supported. The conclusion that can be drawn from this research is that brand experience, satisfaction and brand trust positively influence brand loyalty in the context of Samsung products.

**Keywords:** Brand, Brand Experience, Satisfaction, Brand Trust, Brand Loyalty