

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh dari kepercayaan merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh langsung dari responden yang berada di Yogyakarta yang mempunyai mobil Toyota. Jumlah responden yang didapat dalam penelitian ini adalah 150 orang. Data dikumpulkan dengan kuesioner menggunakan skala Likert.

Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis didukung. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah kepercayaan merek yang dan kepuasan pelanggan berdampak positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kepercayaan merek, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the influence of brand trust and customer satisfaction to customer loyalty. This study uses data obtained directly from the respondents who are in Yogyakarta, which has a Toyota car. The number of respondents who obtained in this study is 150 people. Data were collected by questionnaire using Likert scale.

Data analysis method used is multiple linear regression. The results showed that all hypotheses are supported. The conclusion that can be drawn from this research is that brand trust and customer satisfaction have a positive impact on customer loyalty.

Keywords: Trust brand, customer satisfaction, customer loyalty.