

## ABSTRACT

In insurance service, customers' trust is the most important thing in the support process performance. If it is formed in the self-confidence of customers then by itself be formed also customer loyalty towards the company. Things - other things supporting the formation of loyalty can be seen from the brand image, quality of service and personal selling which itself will determine a loyalty.

This study aims to determine how much influence the brand image, quality of service and personal selling in the PT. Toyota Tsusho Indonesia Insurance Broker of the client and their candidates so as to cause a consumer loyalty to the product - a product that is owned by PT. Toyota Tsusho Indonesia Insurance Broker.

This study included in this type of causal research is to identify the causal relationship of the variables, researchers are looking for the best type of facts to help understand and predict relationships. Analysis of the data used in this research is quantitative descriptive analysis and quantitative analysis with multiple regressions of ver.17 SPSS software package used in model development and research hypothesis.

Results of this study prove that Brand Image positive and significant effect on consumer loyalty and personal selling was positive and significant impact on consumer loyalty. And was followed by service quality exhibited significantly influential on Consumer Loyalty.

Keywords: Brand image, quality service, personal selling to the Consumer Loyalty.



## ABSTRAK

Dalam dunia perasuransian kepercayaan pelanggan merupakan hal yang paling utama didalam mendukung proses kinerjanya. Jika sudah terbentuk kepercayaan didalam diri pelanggan maka dengan sendirinya akan terbentuk pula loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Hal – hal lain yang menjadi pendukung terbentuknya loyalitas bisa dilihat dari Brand Image, kualitas pelayanan serta personal selling yang dengan sendirinya akan menentukan sebuah loyalitas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Brand Image, kualitas pelayanan serta personal selling didalam PT. Toyota Tsusho Insurance Broker Indonesia terhadap client serta calon mereka sehingga dapat menimbulkan suatu loyalitas konsumen terhadap produk – produk yang dimiliki oleh PT. Toyota Tsusho Insurance Broker Indonesia.

Penelitian ini termasuk dalam tipe penelitian kausal yaitu untuk mengidentifikasi hubungan sebab akibat dari variabel, peneliti mencari tipe terbaik dari fakta untuk membantu memahami dan memprediksi hubungan. Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif kuantitatif dan juga Analisis kuantitatif dengan Regresi Berganda dari paket software SPSS ver.17 digunakan dalam pengembangan model dan penelitian hipotesis.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen serta personal selling pun berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen. Dan juga diikuti oleh Kualitas Pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

Kata kunci : Brand Image, kualitas Pelayanan, personal selling terhadap Loyalitas Konsumen.