

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of customer satisfaction and trust in brand to customer loyalty. This study takes place in PT. Toyota Astra Motor, Jakarta and Tangerang. The sample consisted of 180 respondents who buys a Toyota product. The sampling technique in this research is Convenience Sampling. To test the validity, reliability , and hypothesis testing using Structural Equation Modelling (SEM) with LISREL 8.80.

The results of analysis using causal analysis method shows that of 2 hypotheses contained in the study hypothesized that there are 1 significant negative effect and 1 hypothesis that positive significant effect. The hypothesis that a significant negative effect, among others; customer satisfaction to customer loyalty. While the hypothesis that positive significant effect, namely: brand trust on customer loyalty.

Keywords: Customer Satisfaction, Brand Trust, Customer Loyalty.



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini mengambil lokasi di PT. Toyota Astra Motor, Jakarta dan Tangerang. Sampel terdiri dari 180 responden yang membeli produk mobil Toyota. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *Convenience Sampling*. Untuk menguji validitas, reliabilitas, dan pengujian hipotesis menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan LISREL 8.80.

Hasil analisis dengan menggunakan metode analisis kausal menunjukkan bahwa dari 2 hipotesis yang terdapat dalam penelitian ada 1 hipotesis yang berpengaruh signifikan negatif dan 1 hipotesis yang berpengaruh signifikan positif. Hipotesis yang berpengaruh signifikan negatif tersebut antara lain ; kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan hipotesis yang berpengaruh signifikan positif, yaitu : kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Merek, Loyalitas Pelanggan.

