

ABSTRAK

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA APARTEMEN COLLINS BOULEVARD BY PT. PERINTIS TRINITI PROPERTI TBK.

Muhammad Willyas Putra Septadhana¹⁾, Yohanes Totok Suyoto²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Pada penelitian ini berjudul “**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA APARTEMEN COLLINS BOULEVARD BY PT. PERINTIS TRINITI PROPERTI TBK.**” Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah pengaruh *brand image*, *product quality*, dan *brand trust* mempengaruhi *brand loyalty*. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data antara lain teknik metode *purposive sampling*, observasi, penyebaran kuesioner, serta referensi yang telah diperoleh peneliti dari studi perpustakaan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Variabel pada penelitian ini menggunakan variabel *brand image*, *product quality*, dan *brand trust* sebagai variabel independen dan *brand loyalty* sebagai variabel dependen. Sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin yang terdapat 103 responden. Hasil penelitian pada uji t dengan *software* SPSS versi 23 ini adalah variabel *brand image*, *product quality*, dan *brand trust* berpengaruh signifikan. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *brand image*, *product quality*, dan *brand trust* merupakan variabel yang sangat mempengaruhi *brand loyalty* pada PT. Perintis Trinitis Properti Tbk. sehingga perusahaan dapat mempertimbangkan variabel independen tersebut menjadi tolak ukur untuk meningkatkan variabel dependen.

Kata kunci : *citra merek, kualitas produk, kepercayaan produk, loyalitas merek.*

Pustaka : 13
Tahun Publikasi : 2010-2020