

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *SMARTPHONE* SAMSUNG  
DI KOTA SINGARAJA**

**Oleh**

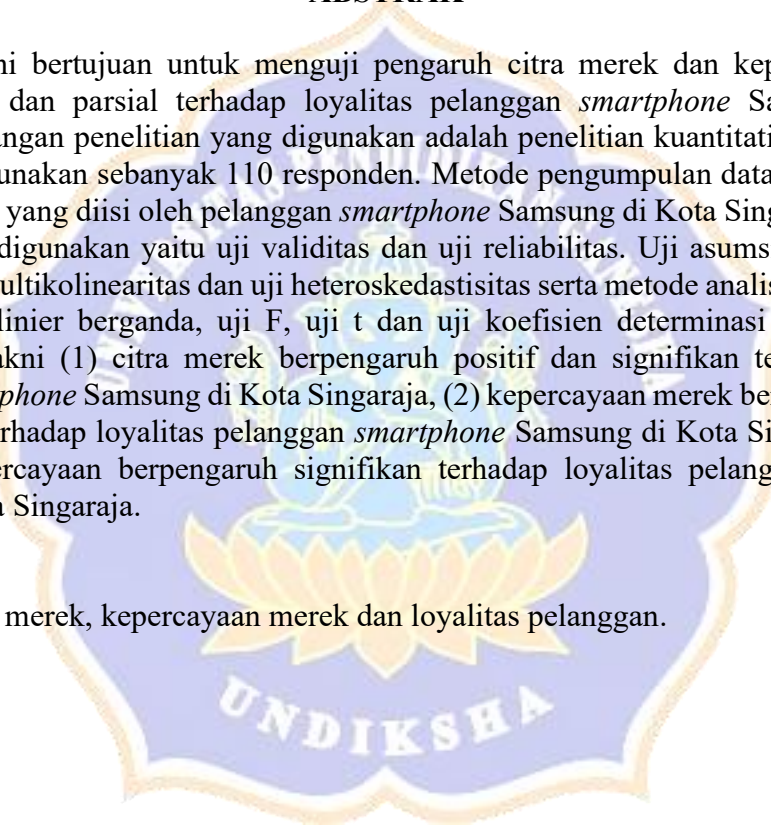
**Nico Saputra, NIM 2017041066**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek dan kepercayaan merek secara simultan dan parsial terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Samsung di Kota Singaraja. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 110 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang diisi oleh pelanggan *smartphone* Samsung di Kota Singaraja. Pengujian instrumen yang digunakan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas serta metode analisis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji F, uji t dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil dari penelitian ini yakni (1) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan *Smartphone* Samsung di Kota Singaraja, (2) kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Samsung di Kota Singaraja, (3) citra merek dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Samsung di Kota Singaraja.

Kata kunci: citra merek, kepercayaan merek dan loyalitas pelanggan.



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *SMARTPHONE* SAMSUNG  
DI KOTA SINGARAJA**

**Oleh**

**Nico Saputra, NIM 2017041066**

**Jurusan Manajemen**

***ABSTRACT***

*This study aims to test the influence of brand image and brand trust both simultaneously and partially on customer loyalty of Samsung smartphone in Singaraja city. The research design used is casual quantitative. The number of samples used is 110 respondents. The instrument use in data collection is a questionnaire which filled by Samsung smartphone customers in Singaraja city and the data analysis technique use is multiple linear regression analysis. Instrument test used are the validity and reliability test. classic assumption test used are normality, multicollinearity, and heteroscedasticity test. The result of this study are: (1) brand image has a positive and significant effect on customer loyalty of Samsung smartphone in Singaraja city. (2) brand trust has a positive and significant effect on customer loyalty of Samsung smartphone in Singaraja city. (3) brand image and brand trust have a positive and significant effect on customer loyalty of Samsung smartphone in Singaraja city.*

*keywords: brand image, brand trust dan customer loyalty.*

