

**Pengaruh Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) dan Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) Terhadap Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty*)
(Studi Kasus Pengguna *Smartphone* Oppo di Jombang)**

ABSTRAK

**Oleh :
Yunia Ardi Darmayanti**

**Dosen Pembimbing :
Erminati Pancaningrum, ST.,MSM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Oppo, dan (2) pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Oppo.

Penelitian ini menggunakan metode eksplanasi dengan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel . Variabel yang mempengaruhi pada penelitian ini adalah kepercayaan merek dan kepuasan pelanggan, sedangkan variabel yang dipengaruhi adalah loyalitas pelanggan. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan *smartphone* Oppo di Jombang pada tiga kecamatan, yaitu kecamatan Diwek, Jombang, dan Tembelang dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisa data menggunakan metode statistik regresi linier berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji t dan koefisien determinasi.

Kepercayaan merek berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Oppo di Jombang. Kepercayaan merek semakin tinggi, maka loyalitas pelanggan Oppo di Jombang semakin tinggi. Kepuasan pelanggan berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Oppo di Jombang. Kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka loyalitas pelanggan Oppo di Jombang semakin tinggi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan merek dan kepuasan pelanggan menyebabkan loyalitas pelanggan.

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

**The Influence of Brand Trust and Customer Satisfaction on Customer
Loyalty
(Case Study of Oppo Smartphone Users in Jombang)**

ABSTRACT

By :
Yunia Ardi Darmayanti

Supervisor :
Erminati Pancaningrum, ST.,MSM

This research is to describe: (1) the influence of brand trust on customer loyalty decision Oppo smartphone, and (2) the influence of customer satisfaction on customer loyalty decision Oppo smartphone.

This research uses explanatory methods with a quantitative approach, which aims to explain the relationship or influence between two or more variables. The variables that influence in this study are brand trust and customer satisfaction, while the variables affected are customer loyalty. The population of this research is all consumers who use Oppo smartphones in Jombang in three districts, namely Diwek, Jombang, and Tembelang districts with a total sample of 100 respondents. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. Data analysis uses statistical methods of multiple linear regression, hypothesis testing, and the coefficient of determination.

Brand trust contributes to the loyalty of Oppo smartphone customers in Jombang. The higher the brand trust, the higher Oppo customer loyalty in Jombang. Customer satisfaction contributes to Oppo mobile customer loyalty in Jombang. The higher customer satisfaction, the higher Oppo customer loyalty in Jombang. Based on the results of the study showed that brand trust and customer satisfaction lead to customer loyalty.

Keywords: *Brand Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*