

ABSTRAK

Muhammad Amin Dwi Saputra, 1950210161, Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* KHQ (Studi Kasus pada Konsumen PT Buya Barokah Kudus)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* KHQ di Kudus. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen PT Buya Barokah di Kudus dan teknik sampel menggunakan metode *insidental* dengan jumlah sampel 100 orang responden. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Instrumen penelitian pada uji validitas dan reliabilitas berpacu pada *item total correlation* serta *Cronbach alpha*, yang menunjukkan hasil semua instrumen dinyatakan valid dan reliabel. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *brand image* berpengaruh terhadap *brand loyalty*, dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,384 > 1,985$. (2) *brand trust* berpengaruh terhadap *brand loyalty*, dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,654 > 1,985$. (3) *brand image* dan *brand trust* berpengaruh positif terhadap *brand loyalty*, dengan nilai $F_{hitung} 88,542 > F_{tabel} 3,089$.

Kata Kunci: *Brand Image, Brand Trust, Brand Loyalty*