

ABSTRAK

Nama : Indah Safira
Program studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Brand Image*, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, dan Promosi Terhadap Loyalitas Merek *Smartphone* Vivo (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Lhokseumawe)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Brand Image*, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, dan Promosi terhadap Loyalitas Merek *Smartphone* Vivo di Kota Lhokseumawe. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu *Brand Image*, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, dan Promosi. Sedangkan variabel dependen yaitu Loyalitas Merek. Dan yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada 114 pengguna *smartphone* Vivo di Kota Lhokseumawe. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Program for Social Science*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Merek *Smartphone* Vivo di Kota Lhokseumawe, Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Merek *Smartphone* Vivo di Kota Lhokseumawe, Kepuasan Pelanggan dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek *Smartphone* Vivo di Kota Lhokseumawe. Di mana hasil pengujian koefisien determinasi diperoleh hasil bahwa loyalitas merek pada pengguna *smartphone* Vivo di Kota Lhokseumawe dipengaruhi oleh *Brand Image*, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, dan Promosi sebesar 35,1 persen.

Kata Kunci : Brand Image, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Promosi, dan Loyalitas Merek.

ABSTRACT

Name : Indah Safira
Study Program : Management
Title : The Influence of Brand Image, Trust, Customer Satisfaction, and Promotion on Vivo Smartphone Brand Loyalty (a Case Study in the Community of Lhokseumawe City)

This research examines the influence of Brand Image, Trust, Customer Satisfaction and Promotion on Brand Loyalty of Vivo Smartphones in Lhokseumawe City. This research used primary data obtained by distributing questionnaires to 114 Vivo smartphone users in Lhokseumawe City. The independent variables are brand image, trust customer satisfaction, and promotion. Meanwhile, the dependent variable is brand loyalty. The data analysis technique used is multiple linear regression using SPSS (Statistical Program for Social Science) software. The research results show that Brand Image does not affect Brand Loyalty of Vivo Smartphone in Lhokseumawe City, Trust does not affect Brand Loyalty of Vivo Smartphone in Lhokseumawe City, Customer Satisfaction and Promotion positively and significantly influence Brand Loyalty of Vivo Smartphone in Lhokseumawe City. The results of testing the coefficient of determination show that brand loyalty among Vivo smartphone users in Lhokseumawe City is influenced by Brand Image, Trust, Customer Satisfaction and Promotion by 35.1 per cent.

Keywords: *Brand Image, Trust, Customer Satisfaction, Promotion, and Brand Loyalty.*