

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari variabel *trust in a brand* yang meliputi *brand characteristic*, *company characteristic*, dan *consumer-brand characteristic* terhadap *brand loyalty* baik secara simultan maupun parsial. Sampel penelitian adalah sebanyak 100 responden.

Alat uji yang digunakan dalam menguji instrumen penelitian berupa uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji F dan uji T. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Brand Characteristic*, *Company Characteristic*, dan *Consumer-Brand Characteristic* berpengaruh secara simultan terhadap variabel *Brand Loyalty*.

Kata kunci : *trust in a brand*, *brand loyalty*