

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap *brand loyalty*. Adapun, analisis pada penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu *brand image* (X1) dan *brand trust* (X2) dengan variabel dependen *brand loyalty* (Y). Sampel penelitian ini adalah menggunakan metode sampel non probabilitas dengan teknik *purposive sampling* dengan syarat responden pernah mengkonsumsi produk dari Kopi Kenangan dan berdomisili di Pulau Jawa. Metode statistik pada penelitian ini menggunakan Koefisien Determinasi, Korelasi Pearson, Analisis Regresi Linear Berganda, dengan hipotesis uji statistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap *brand loyalty*. Kemudian, variabel *brand trust* berpengaruh secara signifikan terhadap *brand loyalty*. Selain itu, variabel *brand image* dan *brand trust* berpengaruh secara signifikan terhadap *brand loyalty*.

Kata kunci: *brand image, brand loyalty, brand trust, Kopi Kenangan.*