

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening studi pada traveloka. Penelitian ini dilakuakn di yogyakarta kepada semua konsumen yang telah menggunakan jasa traveloka minimal 2x.

Hasil menunjukkan bahwa Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian Kepercayaan merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas. Kepercayaan merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas. Kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas. citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen. Dan kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan konsumen.

Kata kunci : Citra Merek dan kepercayaan merek, terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand image and brand trust on loyalty with customer satisfaction as an intervening variable of study on traveloka. This research was conducted in Yogyakarta to all consumers who have used traveloka services at least 2x.

The results show that brand image has a significant positive effect on customer satisfaction. Then brand trust has a significant positive effect on customer satisfaction. Brand image has a significant positive effect on loyalty. Brand trust has a significant positive effect on loyalty. Consumer satisfaction has a significant positive effect on loyalty. Brand image has a positive effect on customer loyalty through mediating customer satisfaction. And brand trust has a positive effect on customer loyalty through mediating customer satisfaction.

Keywords: Brand Image and brand trust, towards loyalty with satisfaction as an intervening variable.