

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menjelaskan pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap *brand loyalty* konsumen *smartphone* Samsung Galaxy di Kota Jombang. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* dengan metode survei. Instrumen menggunakan angket yang terdiri dari 8 indikator dan 13 butir pernyataan. Disebarkan kepada konsumen *smartphone* Samsung Galaxy di Kota Jombang dengan menggunakan google formulir, responden yang dipilih berjumlah 96. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda yang diolah dengan menggunakan *SPSS 20*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* dan *brand trust* berpengaruh terhadap *brand loyalty*.

Kata Kunci: *brand image*, *brand trust*, dan *brand loyalty*