

## **ABSTRACT**

*Competition between the automotive industry markets continues to grow. This is evidenced by the many types and brands of motorcycles in circulation. The flood of motorcycle products on the market affects a person's attitude towards the purchase and use of goods. There are two brands that are very much in demand in Indonesia, namely Honda and Yamaha because both of them have a brand image and brand trust in the community. This study aims to examine the effect of brand image and brand trust on brand loyalty in Bandar Lampung motorcycle users. The population in this study are consumers who use motorcycles in Bandar Lampung. The sample in this study was 100 respondents and the technique used was the Non Probability Sampling technique with the Purposive Sampling approach. The method in this study is a quantitative method. The data analysis technique used is multiple linear analysis using SPSS 20.0. The results showed that brand image and brand trust had a positive and significant effect on brand loyalty of motorcycle users in Bandar Lampung.*

**Keywords:** *brand image, brand trust, brand loyalty*

## INTISARI

Persaingan antar pasar industri otomotif terus berkembang. Hal ini terbukti dengan banyaknya jenis dan merek sepeda motor yang beredar. Membanjirnya produk sepeda motor di pasaran mempengaruhi sikap seseorang terhadap pembelian dan pemakaian barang. Ada dua merek yang sangat banyak peminatnya di Indonesia yaitu Honda dan Yamaha dikarenakan keduanya memang memiliki Citra Merek dan Kepercayaan Merek di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada pengguna sepeda motor Bandar Lampung. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan sepeda motor di Bandar Lampung. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dan teknik yang digunakan adalah teknik *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *Purposive Sampling*. Metode pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan menggunakan SPSS 20.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pengguna sepeda motor di Bandar Lampung.

**Kata kunci:** citra merek, kepercayaan merek, loyalitas merek