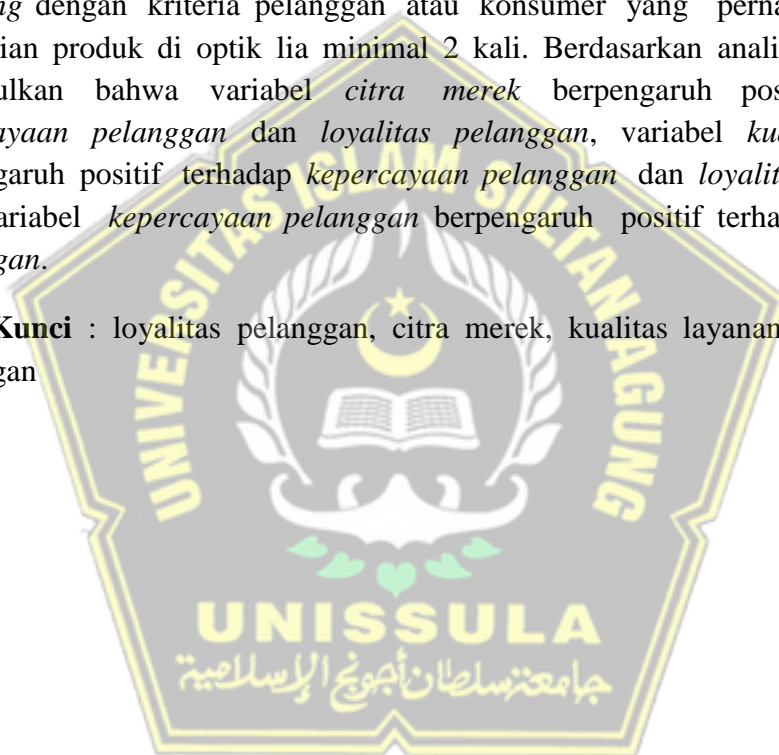


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis peningkatan *loyalitas pelanggan* melalui *citra merek*, *kualitas layanan*, dan *kepercayaan pelanggan*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Optik Lia yang berada di Semarang. Sampel yang diambil sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *convenience sampling* dengan kriteria pelanggan atau konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di optik lia minimal 2 kali. Berdasarkan analisis data dapat disimpulkan bahwa variabel *citra merek* berpengaruh positif terhadap *kepercayaan pelanggan* dan *loyalitas pelanggan*, variabel *kualitas layanan* berpengaruh positif terhadap *kepercayaan pelanggan* dan *loyalitas pelanggan*, dan variabel *kepercayaan pelanggan* berpengaruh positif terhadap *loyalitas pelanggan*.

Kata Kunci : loyalitas pelanggan, citra merek, kualitas layanan, kepercayaan pelanggan



ABSTRACT

This study aims to test and analyze the increase in customer loyalty through brand image, service quality, and customer trust. The population used in this study is optic lia cutomers in semarang. Samples taken as many as 96 respondents. The sampling technique uses a convenience sampling method with the criteria of customers or consumers who have purchased products at optic lia at least two times. Based on data analysis, it can be concluded that the brand image variable there is positive effect on customer trust and customer loyalty, the service quality variable has a positive effect on customer trust and customer loyalty, and the customer trust variable has a positive effect on customer loyalty.

Keywords: customer loyalty, brand image, service quality, customer trust

