

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji *brand image*, harga, kepercayaan, kepuasan, kualitas produk dan promosi terhadap loyalitas pelanggan *smartphone* Vivo. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 97 responden. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda dengan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand image*, harga, kepercayaan, kepuasan, kualitas produk dan promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** *Brand image*, harga, kepercayaan, kepuasan, kualitas produk, promosi dan loyalitas pelanggan

## ***ABSTRACT***

*This study aims to determine the brand image, price, trust, satisfaction, product quality and promotion of Vivo smartphone customer loyalty. The research method used in this research is quantitative method. The sample collection technique used is non probability sampling with purposive sampling method. The sample used was 97 respondents. The data analysis technique in the study used descriptive analysis and multiple regression analysis with the SPSS program. The results of this study indicate that the variables of brand image, price, trust, satisfaction, product quality and promotion have a positive effect on customer loyalty.*

**Keywords:** *Brand image, price, trust, satisfaction, product quality and promotion*