

## INTISARI

Perusahaan memerlukan konsumen yang loyal terhadap merek. Dalam persaingan di dunia bisnis, perusahaan akan mampu bertahan hidup dan berkembang karena konsumen yang loyal terhadap merek perusahaan akan sulit untuk berpindah ke merek perusahaan lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *brand trust* dan *brand affect* terhadap *brand loyalty* Coffee Toffee Klampis Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan software LISREL 8.70. Sampel dari penelitian ini dipilih menggunakan teknik non probability sampling, karakteristik populasi yang dituju adalah pria dan wanita dengan pendidikan minimal SMA atau yang sederajat, berdomisili di Surabaya, yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk Coffee Toffee Klampis Surabaya lebih dari 2 kali dalam satu bulan terakhir. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 140 sampel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *brand affect* Coffee Toffee Klampis Surabaya (1), *brand trust* tidak berpengaruh terhadap *brand loyalty* Coffee Toffee Klampis Surabaya (2), *brand affect* berpengaruh positif signifikan terhadap *brand loyalty* Coffee Toffee Klampis Surabaya (3).

Kata kunci: *brand trust*, *brand affect*, *brand loyalty*

## **ABSTRACT**

*Companies need consumers who are loyal to the brand. In competition in the business world, companies will be able to survive and thrive because consumers are loyal to the company brand will be difficult to move to another company's brand. This study aimed to examine the effect of brand trust and brand affect on brand loyalty Coffee Toffee Klampis Surabaya.*

*This study uses a quantitative approach using Structural Equation Modeling (SEM) with LISREL 8.70 software. The sample of the study have been using non-probability sampling technique, the characteristics of the target population is men and women with at least high school education or its equivalent, based in Surabaya, ever buy and consume products Coffee Toffee Klampis Surabaya more than 2 times in the past month. The samples used in this study were 140 samples.*

*The results of this study indicate that brand trust significant positive effect on brand affect Coffee Toffee Klampis Surabaya (1), brand trust has no effect on brand loyalty Coffee Toffee Klampis Surabaya (2), brand affect significant positive effect on brand loyalty Coffee Toffee Klampis Surabaya (3).*

*Keywords: brand trust, brand affect, brand loyalty*