

**PENGARUH KUALITAS DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN**

**(Survey Pada Pelanggan Starbucks Coffee di Jogja)**

**Azizah Dwi Kurniawati**

**[niaa779@gmail.com](mailto:niaa779@gmail.com)**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengaruh kualitas dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan (Survey pada pelanggan Starbucks Coffee di Jogja). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana data dan informasi dikumpulkan melalui survey dengan alat bantu kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan jenis *purposive sampling* kepada 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur atau *path analysis*. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa kualitas dan kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci : *Kualitas, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.***

***THE INFLUENCE OF QUALITY AND BRAND TRUST TOWARD CUSTOMER  
LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER'S SATISFACTION***

*(Survey on Customers of Starbucks Coffee in Jogja)*

**Azizah Dwi Kurniawati**

[Niaa779@gmail.com](mailto:Niaa779@gmail.com)

*Abstract*

*This study aims to analyze the influence of quality and brand trust toward customer loyalty mediated by customer's satisfaction. This study uses a quantitative approach, where data and information are collected through surveys with questionnaires. Sampling technique in this research using Non Probability Sampling technique with type of purposive sampling to 100 respondents. Data analysis method used in this research is path analysis or path analysis. Based on the results of research and analysis that have been done, it is concluded that the result are influence of quality and brand trust positive and significant toward customer loyalty mediated by customers satisfaction.*

*Keywords: Quality, Brand Trust, Customer Loyalty, Customer's Satisfaction.*