

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Customer Satisfaction terhadap Brand Loyalty pada restoran Solaria. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 400 responden konsumen Solaria dan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 30. Analisis mencakup uji validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, serta uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Brand Image, Brand Trust, dan Customer Satisfaction memiliki pengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan terhadap Brand Loyalty. Temuan ini menegaskan pentingnya persepsi merek, kepercayaan, dan kepuasan dalam membangun loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Brand Image, Brand Trust, Customer Satisfaction, Brand Loyalty, Restoran Solaria.