

ABSTRACT

**THE EFFECT OF AFTER-SALES SERVICE ON BRAND
LOYALTY**

**MEDIATED BY BRAND TRUST ON VARIO TYPE
MOTORBIKES**

By:

Rosyidin

NPM: 193402108

Guide I : Mochammad Soleh Soeaidy S.E., M.Si.
Guide II : Andina Eka Mandasari S.Si., MM.

This research aims to determine the magnitude of the influence of After-Sales Service on Brand Loyalty mediated by Brand Trust on Vario type motorbikes. The method used in this research is a survey method with a type of level verification research used in this research, namely explanatory and quantitative analysis tools using SPSS intervening regression. The result of the research show that: (1) After-Sales Service has a positive effect on Brand Loyalty, (2) After-Sales Service as a positive effect on Brand Trust, (3) After-Sales Service still has an effect on Brand Loyalty even though it is mediated by Brand Trust or can be called Partial Mediation.

Keywords : After-Sales Service, Brand Trust, Brand Loyalty

ABSTRAK

PENGARUH AFTER-SALES SERVICE TERHADAP BRAND LOYALTY DENGAN BRAND TRUST SEBAGAI MEDIASI PADA MOTOR TIPE VARIO

Oleh :

Rosyidin

NPM: 193402108

Pembimbing I : Mochammad Soleh Soeaidy S.E., M.Si.

Pembimbing II : Andina Eka Mandasari S.Si., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh *After-Saels Service* terhadap *Brand Loyalty* dengan dimediasi oleh *Brand Trust* pada motor tipe Vario. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan jenis peneliatan Verifikatif. Taraf yang digunakan dalam penelitian ini yaitu eksplanatori dan bersifat kuantitatif.alat analisis menggunakan SPSS regresi intervening. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) *After-Sales Service* berpengaruh positif terhadap *Brand Loyalty*, (2) *After-Sales Service* berpengaruh positif terhadap *Brand Trust*, (3) *After-Sales Service* tetap berpengaruh terhadap *Brand Loyalty* meskipun dimediasi oleh *Brand Trust* atau bisa disebut Mediasi Parsial.

Kata kunci : *After-Sales Service, Brand Trust, Brand Loyalty*