

## ABSTRAK

Wirka, 2022: Pengaruh *Brand Trust*, Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Isana Minimart Kota Tanjungpinang.

Dosen Pembimbing: Hj. Iranita, S.E.,M.Si dan Kiki Wulandari, S.E.,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Trust*, Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Isana Minimart Kota Tanjungpinang. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat kota Tanjungpinang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang mengetahui tentang Isana Minimart dan konsumen Isana Minimart dengan metode *accidental sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket/ kuesioner. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji statistika deskriptif, uji instrumen, uji kualitas data, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel *brand trust* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kelengkapan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Secara simultan brand trust, kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

**Kata Kunci:** *Brand Trust*, Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Loyalitas Konsumen

## **ABSTRACT**

Wirka, 2022: *The Effect of Brand Trust, Service Quality and Product Completeness on Consumer Loyalty in Isana Minimart, Tanjungpinang City.*  
Supervisor: Hj. Iranita, S.E.,M.Si and Kiki Wulandari. S.E,M.M

*This study aims to determine the effect of brand trust, service quality and product completeness on consumer loyalty in Isana Minimart, Tanjungpinang City. This study uses quantitative research. The population in this study is all the people of Tanjungpinang city. The sample in this study was 100 respondents who knew about Isana Minimart and Isana Minimart consumers using the accidental sampling method. The data collection method used is a questionnaire/questionnaire. The analytical method used in this research is descriptive test, multiple linear regression analysis, descriptive statistical test, instrument test, data quality test, and hypothesis testing. The results showed that partially the brand trust variable has a significant effect on consumer loyalty. Service quality partially has a significant effect on consumer loyalty. Product completeness partially has a significant effect on consumer loyalty. Simultaneously brand trust, service quality and product completeness have a significant effect on consumer loyalty.*

**Keywords:** *Brand Trust, Service Quality, Product Completeness, Consumer Loyalty* ★

