

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh *brand communication*, kualitas produk terhadap *brand trust* serta dampaknya terhadap *brand loyalty* pada produk pelembab wajah Pond's.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *Purposive sampling*. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 100 responden wanita di Kota Semarang yang mengetahui informasi tentang Pond's Indonesia dan telah menggunakan produk Pond's Indonesia. Metode analisis yang digunakan adalah teknik analisis berganda yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji F, uji determinasi, uji hipotesis (uji statistik t), dan uji sobel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand communication* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust*. Selain itu *brand trust* sebagai variabel intervening memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*.

Kata Kunci: *brand communication*, kualitas produk, *brand trust*, *brand loyalty*