

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap *brand loyalty* pada telkomsel di Sleman, Yogyakarta. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yang terdiri dari *brand image* dan *brand trust* serta variabel terikat *brand loyalty*. Data yang dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner, sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Pemilihan sampel menggunakan metode *non probability* dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis dalam penelitian adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan program komputer SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* dan *brand trust* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty* pada telkomsel di Sleman, Yogyakarta.

Kata kunci: *brand image*, *brand trust*, *brand loyalty*