**ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of price, brand image, brand trust and brand equity to consumers loyalty for product helmet GM in the city of Padang. The samples in this study amounted 100 respondents. The sampling technique is purposive sampling. The data used is primary data through questionnaires. Data analysis method used multiple linear regression analysis. the Test hypothesis by using the statistical test (T-test) to prove the effect of the independent variable to the dependent variable as partially or individual. The results of this study found that price, brand image and brand equity significantly positive effect to customer loyalty. While the brand trust has no significantly effect to customer loyalty at helmet GM in the city of Padang.

**Keywords:** Price, Brand Image, Brand Trust, Brand Equity, Consumer Loyalty

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, citra merek, kepercayaan merek dan ekuitas merek terhadap loyalitas konsumen helm GM di kota Padang. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan Helm GM di kota Padang berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Uji hipotesis dengan menggunakan uji T-test statistik untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu. Hasil penelitian ini menemukan bahwa harga, citra merek dan ekuitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan kepercayaan merek tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen helm GM di kota Padang.

**Kata Kunci :**Harga, Citra Merek, Kepercayaan Merek, Ekuitas Merek, Loyalitas Konsumen