

**PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY PADA PRODUK SABUN MANDI CAIR LIFEBOUY DI
BANDUNG**

Ditulis oleh:
Indri Anjani

Pembimbing:
Henny Utarsih, SE.,MSi

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi adanya penurunan jumlah peminat pada produk sabun mandi cair Lifebuoy pada tahun 2015- tahun 2018. Dikarenakan adanya penurunan jumlah konsumen yang melakukan pembelian pada produk sabun mandi cair Lifebuoy.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *Brand Trust* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada produk sabun mandi cair Lifebuoy di Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Data yang dikumpulkan dengan teknik kuesioner dan wawancara. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan konsumen yang pernah membeli sabun mandi cair Lifebuoy dan yang mengetahui sabun mandi cair Lifebuoy di Bandung. Teknik analisa data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat bantu software computer SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan *Brand Trust* dan *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,605 yang berarti *Brand Trust* dan *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* sebesar 60,5%, sedangkan sisanya 39,5% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

THE EFFECT OF BRAND TRUST AND CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY ON LIFEBOUY LIQUID BATH PRODUCTS IN BANDUNG

Written by:
Indri Anjani

Perceptor by:
Henny Utasih, SE., MSi

ABSTRACT

This research is motivated by a decrease in the number of enthusiasts in Lifebuoy liquid bath soap products in 2015- 2018. Due to a decrease in the number of consumers who make purchases on Lifebuoy liquid bath soap products.

This study aims to determine the effect of Brand Trust and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Lifebuoy liquid bath soap products in Bandung.

The method used in this research is descriptive and verification methods. Data collected by questionnaire and interview techniques. The sample in this study amounted to 100 respondents who were consumers who had bought Lifebuoy liquid bath soap and who knew Lifebuoy liquid bath soap in Bandung. Data analysis techniques used multiple linear regression analysis with SPSS 26 computer software tools.

The results showed that simultaneous Brand Trust and Customer Satisfaction significantly influence Customer Loyalty with a value of the coefficient of determination of 0.605 which means that Brand Trust and Customer Satisfaction affect Customer Loyalty by 60.5%, while the remaining 39,5% is influenced by variables or other factors which was not examined in this study.

Keywords: Brand Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty