

INTISARI

Meningkatkan kepuasan pelanggan merupakan salah satu cara dari suatu badan usaha untuk dapat bertahan dan bersaing dalam lingkungan persaingan yang semakin ketat. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dihasilkan dari pelanggan setelah membandingkan hasil produk yang diterima dalam hubungan dengan harapan pelanggan. Apabila seorang pelanggan merasa puas ketika mengkonsumsi suatu produk maka akan menimbulkan loyalitas merek yang kemudian akan meningkatkan penjualan dari suatu badan usaha. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk diperhatikan karena merupakan salah satu dasar pembentuk loyalitas merek terhadap produk dari suatu badan usaha. Oleh sebab itu maka suatu badan usaha perlu untuk selalu memberikan yang terbaik bagi pelanggannya agar mampu memelihara dan meningkatkan kepuasan pelanggan agar pelanggan tetap loyal dan tidak berpindah ke merek lain.

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan adanya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek shampoo Clear di Surabaya. Target populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan mengkonsumsi shampoo Clear secara rutin dalam kurun waktu 3 bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dan jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah *convenience sampling*. Skala pengukuran yang digunakan adalah *semantic differential scale jenis monopolar*.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan pada loyalitas merek shampoo Clear di Surabaya. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil pengujian hipotesis koefisien regresi (b) sebesar 0,832. Dalam hal ini pengaruh yang terjadi adalah positif dan hal itu berarti bahwa apabila kepuasan pelanggan shampoo Clear naik atau turun sebesar 1 satuan skor persepsi, maka loyalitas merek shampoo Clear juga akan naik atau turun sebesar 0,832 satuan skor persepsi. Hal tersebut juga sekaligus membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas merek shampoo Clear di Surabaya.

Kata Kunci : pelanggan, kepuasan Pelanggan, loyalitas merek, koefisien regresi

ABSTRACT

Improving customer satisfaction is one of many ways from a certain company to survive and compete in competition environment that become more tight and strict. Customer satisfaction is a person's feeling of pleasure or dissatisfaction resulting from comparing a product perceived performance in relation to his or her expectations. If a customer feel satisfied when consuming a certain product then it will create a brand loyalty that will increases product sales from that company. Customer satisfaction is important to be considered because Customer satisfaction is a basic to make a brand loyalty for certain product from a company. Because of that then it necessary for a company to always giving their best to their customer in order to keep and increasing customer satisfaction to make customer always loyal and not changing to another brand.

The goal that wanted to be achieved in this research is to know, analyze, and prove that customer satisfaction have influence to shampoo Clear brand loyalty in Surabaya. Population target in this research is a consumen that buy and consume shampoo Clear regularly in last 3 mont period. Sample technique that has been used is non probability sampling and the type of non probability sampling that has been used is convenience sampling. Measuring scale that has been used is semantic differential scale monopolar type.

The result of hypotesis test show that customer satisfaction have a significant influence to shampoo Clear brand loyalty in Surabaya. This case can be proved from the result of coefficient regression test (b) that show an ammount result of 0,832. In this case it shows a positive influence and that means if shampoo Clear customer satisfaction increased or decreased one perception score, then shampoo Clear brand loyalty will increased or decreased 0,832 perception score. the result of coefficient regression test prove that customer satisfaction have influence to shampoo Clear brand loyalty in Surabaya.

Key word : customer, customer satisfaction, brand loyalty, coefficient regression