

## INTISARI

Kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap merek suatu produk dapat mengakibatkan loyalitas merek produk tersebut. Pelanggan yang loyal terhadap merek tertentu akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain. Loyalitas merek yang terbentuk berdampak positif bagi perusahaan, karena volume penjualan dan pangsa pasar akan meningkat, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap merek terhadap loyalitas merek sabun mandi kesehatan padat Lifebuoy di Surabaya. Penelitian ini menggunakan dua dimensi kepuasan pelanggan, tiga dimensi kepercayaan terhadap merek dan lima dimensi loyalitas merek.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan sabun mandi kesehatan padat Lifebuoy di Surabaya. Penelitian ini menggunakan non probability sampling, dimana apabila secara kebetulan siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel. Berdasarkan penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden memenuhi untuk dijadikan sebagai sampel penelitian.

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linear dengan bantuan alat analisis *SPSS 16 for Windows*, yang menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,643 + 0,514 X_1 + 0,465 X_2$$

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap merek yang signifikan secara bersama-sama dan parsial terhadap loyalitas merek sabun mandi kesehatan padat Lifebuoy di Surabaya. Koefisien determinasi dari penelitian ini sebesar 0,918 atau 91,8%. Ini berarti variasi perubahan kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap merek sebesar 91,8% terhadap variasi perubahan loyalitas merek sabun mandi kesehatan padat Lifebuoy di Surabaya.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan terhadap Merek, Loyalitas Merek

## ABSTRACT

Customer satisfaction and trust in a brand of a product can result to product brand loyalty. Customers are loyal to certain brands will make the purchase again and recommend the brand to others. Brand loyalty is formed positive impact for the company, because the volume of sales and market share will increase, so the company will have long-term benefits.

Significance of the problem is to know whether there is influence of customer satisfaction and trust in a brand toward brand loyalty of solid health soap Lifebuoy in Surabaya. This research done in order to know the influence of two dimensions of customer satisfaction, three dimensions of trust in a brand toward five dimensions of brand loyalty of solid health soap Lifebuoy in Surabaya.

Population on this research are customers of solid health soap Lifebuoy in Surabaya. This research used non-probability sampling, which if by chance anyone who met with researcher can be used sampel. Based on questionnaires filled by 100 respondents to serve as the research sample.

The analysis method used is the linear regression analysis method by analysis tool SPSS 16 for Windows which produces the linear regression equation as bellow:

$$Y = 0,643 + 0,514 X_1 + 0,465 X_2$$

The result of the research shows that there is customer satisfaction and trust in a brand have a significance influence jointly and partial toward brand loyalty of solid health soap Lifebuoy in Surabaya. Coefficients determination (R square) of the research is 91,8%. It means that variation changes of customer satisfaction and trust in a brand influence 91,8% toward brand loyalty of solid health soap Lifebuoy in Surabaya.

Keywords : Customer Satisfaction, Trust in a Brand, Brand Loyalty