

ABSTRAK

**Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk *Body Lotion* Nivea Dengan Dengan Kepuasan Sebagai Sebagai Variabel Intervening
(Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Gempolan, Kec. Sei Baman)**

Anggun BR Aritonang
Prodi S1 Manajemen STIE Bina Karya Tebing Tinggi
anggunarios59@gmail.com

Dosen Pembimbing 1
Markahasa Timbul, S.E, MM

Dosen Pembimbing 2
Dr. Willy Cahyadi S. Kom, M. Si, CMA., CERA., CIBA., CBV

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap loyalitas pelanggan produk *body lotion* Nivea dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada masyarakat Desa Gempolan. Jenis penelitian ini ada penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat desa gempolan yang menggunakan *body lotion* nivea. Sampel yang diambil sebanyak 50 orang, pemilihan sampel ditentukan secara Purposive Sampling. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda , uji hipotesis, dan analisis jalur. Data hasil penelitian dianalisis atau diolah dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS versi 25. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *brand image* dan *brand trust* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, *brand image* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, *brand trust* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, *brand image* dan *brand trust* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Brand Trust*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

TEBING TINGGI