

## ABSTRAK

### PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS, KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SABUN SHINZU'I

**Miftahol Arifin**  
**No. Mhs. 141070144**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh persepsi kualitas terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* (metode pengambilan sampel dimana sampel didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yaitu responden atau konsumen yang menggunakan Sabun Shinzu'i yang sudah menggunakan Sabun Shinzu'i minimal 6 bulan dan tidak berganti produk lain dengan alasan responden dapat dikatakan loyal terhadap Sabun Shinzu'i). Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian mahasiswa Jurusan Manajemen FE UPN "Veteran" Yogyakarta yang menggunakan Sabun Shinzu'i yang berjumlah 100 orang. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan metode *Ordinary Least Square (OLS)*. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sabun Shinzu'i (Mahasiswa Jurusan Manajemen FE UPN "Veteran" Yogyakarta). Variabel persepsi kualitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sabun Shinzu'i (Mahasiswa Jurusan Manajemen FE UPN "Veteran" Yogyakarta). Variabel kepercayaan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sabun Shinzu'i (Mahasiswa Jurusan Manajemen FE UPN "Veteran" Yogyakarta). Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Sabun Shinzu'i (Mahasiswa Jurusan Manajemen FE UPN "Veteran" Yogyakarta).

*Kata Kunci* : Citra Merek, Kualitas Persepsi, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.