

ABSTRAK

Nur Hasanah, Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelangga Pada Produk Kosmetik MS Glow (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura). Dibawah bimbingan Ibu Nirma Kurriwati, S.P., M.Si.

Penelitian ini membahas tentang permasalahan pada salah satu produk kosmetik local di indonesia yaitu produk kosmetik MS Glow. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan, untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan, untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan, dan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat deskriptif. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis jalur (*Path Analysis*). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data priemer dan sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 responden.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, (2) *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (3) Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dan (4) *Brand Image* berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : *Brand Image*, Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Nur Hasanah, The Influence of Brand Image on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction in MS Glow Cosmetic Products (Study on Students Faculty of Economics and Business, University of Trunojoyo Madura). Under the guidance of Mrs. Nirma Kurriwati, S.P., M.Sc.

This research discusses the problems with one of the local cosmetic products in Indonesia, namely the MS Glow cosmetic product. The purpose of this study was to determine the effect of Brand Image on Customer Loyalty, to determine the effect of Brand Image on Customer Satisfaction, to determine the effect of Customer Satisfaction on Customer Loyalty, and to determine the effect of Brand Image on Customer Loyalty through Customer Satisfaction.

This research uses a descriptive quantitative method. The analysis used in this research is path analysis. The data used in this study are primary and secondary data. Data collection techniques using a questionnaire with a total of 100 respondents.

The results of this study are (1) Brand Image has a significant effect on Customer Loyalty, (2) Brand Image has a significant effect on Customer Satisfaction (3) Customer Satisfaction has a significant effect on Customer Loyalty and (4) Brand Image has an indirect effect on Customer Loyalty through Customer satisfaction.

Keywords: Brand Image, Customer Loyalty and Customer Satisfaction.