

Analysis of Brand Image, Brand Trust, and Brand Satisfaction on Brand Loyalty

By Siti Hertiwi Khasanah

ABSTRACT

This study analyzes to analyze and prove whether or not there is an effect of brand image, brand trust, and brand satisfaction on Wardah brand loyalty. The method used in this research is quantitative quantitative method. The population of services to Wardah cosmetic female consumers who live in the Bogor area with 75 respondents. The data analysis technique used is descriptive analysis technique and inferential technique using the SmartPLS test tool. This study shows the results of the R square value of 0.765. Hypothesis testing shows the variable results that brand image has no effect on brand loyalty with a path coefficient value of 0.019. Meanwhile, the variable brand trust and brand satisfaction variables affect brand loyalty with the path coefficient value of 0.317 and 0.565, respectively.

Keywords: Brand Loyalty, Brand Image, Brand Trust, Brand Satisfaction, Wardah Cosmetics

Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek

Oleh Siti Hertiwi Khasanah

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis serta membuktikan bahwa ada atau tidaknya pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan merek terhadap loyalitas merek Wardah. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode deskriptif kuantitatif. Populasi ditujukan kepada konsumen perempuan kosmetik Wardah yang berdomisili di wilayah Bogor dengan 75 responden. Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif serta teknik inferensial dengan menggunakan alat uji SmartPLS. Hasil analisis memperoleh nilai *R square* sejumlah 0,765. Pengujian hipotesis menunjukkan hasil bahwa variabel citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas merek dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,019. Sedangkan variabel kepercayaan merek dan variabel kepuasan merek berpengaruh terhadap loyalitas merek dengan nilai koefisien jalur masing-masing variabel sebesar 0,317 dan 0,565.

Kata Kunci: Loyalitas Merek, Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kepuasan Merek, Kosmetik Wardah