

ABSTRAK

Rini Gusti Hendri, 2013/1303772: **Pengaruh *Customer Perceived Value* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada Natasha Skin Care Padang**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Loyalty* pada Natasha Skin Care Padang, dan (2) Pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada Natasha Skin Care Padang. Jenis penelitian ini adalah kausal. Penelitian ini dilakukan di Natasha Skin Care Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh member Natasha Skin Care Padang dengan jumlah popuasi 1750 member. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan program SPSS Versi 21. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa *Customer Perceived Value* dan *Customer Satisfaction* pada Natasha Skin Care Padang memiliki pengaruh terhadap *Customer Loyalty*. *Customer Perceived Value* memiliki pengaruh sebesar 78,2%, dan *Customer Satisfaction* 75,2%.

Kata Kunci: *Customer Perceived Value* ,*Customer Satisfaction* ,*Customer Loyalty*