

ABTRAK

Pengaruh Kepercayaan dan Customer Value Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada produk Sampo Lifebuoy di Kota Padang. Oleh: Apriani Wulandari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan customer value terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada sampo Lifebuoy di kota Padang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausatif.

Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat kota Padang yang pernah menggunakan sampo Lifebuoy lebih dari 2 kali dan penetapan jumlah sampel menggunakan rumus choachroan yaitu sebanyak 97 sampel. Penelitian menggunakan teknik Purposive Sampling dengan pertimbangan yaitu konsumen yang sudah pernah menggunakan sampo Lifebuoy lebih dari 2 kali. Data yang digunakan adalah jenis data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat kota Padang dengan kriteria yang sudah ditetapkan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (Path Analysis) dengan menggunakan SPSS 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan, (2) customer value berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan, (3) customer value berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan, (4) kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan, (5) kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, (6) customer value berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Kata Kunci: Loyalitas pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Customer Value