

ABSTRAK

Putik Fitria Indriya Kinasih (1199240135) : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Badan *Grace And Glow* Di Kota Bandung.

Dengan memberikan pelayanan dan kepuasan yang terbaik kepada konsumen dapat membangun kepercayaan konsumen sehingga tercipta konsumen yang loyal terhadap bisnis.

Rumusan masalah pada penelitian ini merupakan apakah, bagaimana, dan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada konsumen sabun badan *Grace and Glow*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sabun badan *grace and glow*.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengujian serta teknis analisis data menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji korelasi, analisis regresi berganda, uji hipotesis serta analisis koefisien determinasi (R^2). Pada penelitian ini menggunakan teori Tjiptono pada variabel Kualitas Pelayanan, teori Ferrinadewi pada variabel Kepercayaan, teori Lupiyoadi pada variabel Kepuasan Konsumen, dan teori Kotler dan Keller pada variabel Loyalitas Konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen dengan nilai $0,732 < 1,661$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dan nilai signifikan adalah $0,466 (46,6\%) > 0,05 (5\%)$, artinya Kualitas Pelayanan tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Dari H_a ditolak berarti memiliki arti bahwa tidak adanya pengaruh Kualitas Konsumen pada Loyalitas Konsumen. (2) Kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen dengan nilai $1,418 < 1,661$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dan nilai signifikan Kepercayaan adalah $0,159 (15,9\%) > 0,05 (5\%)$, artinya Kepercayaan tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Dari H_a ditolak berarti memiliki arti bahwa tidak adanya pengaruh Kepercayaan pada Loyalitas Konsumen. (3) Kepuasan Konsumen secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen dengan nilai $6,249 > 1,661$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan nilai signifikan Kepuasan Konsumen adalah $0,000 (0\%) < 0,05 (5\%)$, artinya Kepuasan Konsumen signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Dari H_a diterima berarti memiliki arti bahwa terdapat pengaruh Kepuasan Konsumen pada Loyalitas Konsumen. (4) F_{hitung} dengan F_{tabel} yaitu $99,756 > 2,7004091$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan nilai signifikan Loyalitas Konsumen adalah $0,000 (0\%) < 0,05 (5\%)$, artinya variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen secara simultan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Badan *Grace and Glow*.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.