

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh, Citra merek, Promosi, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan”(Study Kasus Pada Pengguna Sabun Antiseptik Dettol di Yogyakarta). Penelitian ini bertujuan untuk 1) Mengetahui dan menjelaskan apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas, 2) Mengetahui dan menjelaskan apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas, 3) Mengetahui dan menjelaskan apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan, 4) Mengetahui dan menjelaskan apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan, 5) Mengetahui dan menjelaskan apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas, 6) Mengetahui dan menjelaskan apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan.

Skripsi ini Meneliti loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh citra merek, promosi dan kepuasan. Faktor lain diasumsikan dalam keadaan konstan atau tidak berpengaruh. Responden penelitian adalah pengguna sabun mandi antiseptik Dettol di Yogyakarta. Lokasi penelitian di wilayah Condong Catur Depok Sleman Yogyakarta. Penelitian dilakukan pada pelanggan yang menggunakan Sabun Antiseptik Dettol. Variabel dalam penelitian terdiri dari dua yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini Citra merek, Promosi dan Kualitas Produk. Sedangkan variabel dependen terdiri dari Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* berupa *convenience sampling*. *Convenience sampling* merupakan prosedur sampling yang memilih sampel dari populasi yang paling mudah ditemui di lokasi penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, teknik pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesione. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis Permodelan Persamaan Struktural atau *Structural Equation Modelling* (SEM) dari paket *software* statistik AMOS.

Dari hasil analisis data, dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan variabel kepuasan terhadap loyalitas pada sabun Antiseptik, variabel citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada sabun Antiseptik, variabel citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada sabun Antiseptik, variabel promosi terhadap kepuasan pelanggan pada sabun Antiseptik, variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada sabun Antiseptik, variabel kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada sabun Antiseptik. Dengan demikian maka perusahaan harus meningkatkan tiap variabel yang diteliti, peningkatan diutamakan pada indikator yang dinilai paling rendah.

Kata Kunci : *Citra Merek, Promosi, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan*