

SKRIPSI

**ANALISA PENGARUH KEPUASAN MEREK DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PRODUK NU SKIN**



Elisabeth Sekar Nayaka Putriardya

20.D1.0078

PROGRAM STUDI MANAJEMAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2024

SKRIPSI

**ANALISA PENGARUH KEPUASAN MEREK DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PRODUK NU SKIN**

Diajukan dalam Rangka Memenuhi

Salah Satu Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen



Elisabeth Sekar Nayaka Putriardya

20.D1.0078

PROGRAM STUDI MANAJEMAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2024

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang Analisis Kepuasan Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Produk Nu Skin. Tujuan penelitian ini adalah mencari tahu dan menjelaskan apakah kepuasan merek dan kepercayaan merek mempengaruhi loyalitas merek pada produk Nu Skin. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan sumber data yaitu data primer. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa kepuasan merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek produk Nu Skin, kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek produk Nu Skin, dan kepuasan merek bersamaan dengan kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek produk Nu Skin.

Kata Kunci: Kepuasan Merek, Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek

ABSTRACT

This research discusses the analysis of brand satisfaction and brand trust towards brand loyalty for Nu Skin products. The aim of this research is to find out and explain whether brand satisfaction and brand trust influence brand loyalty to Nu Skin products. The data collection technique uses a questionnaire. The method used is a quantitative descriptive method with the data source being primary data. Based on the research results, it was concluded that brand satisfaction did not have a positive and significant effect on brand loyalty for Nu Skin products, brand trust had a positive and significant effect on brand loyalty for Nu Skin products, and brand satisfaction together with brand trust had a significant effect on brand loyalty for Nu Skin products.

Keywords: Brand Satisfaction, Brand Trust, Brand Loyalty