

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari tiga variabel yaitu *brand image*, kepercayaan, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis dalam penelitian ini *brand image*, kepercayaan, dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan secara simultan maupun secara parsial. Objek penelitian ini adalah pelanggan Intan Club Bondowoso yang memiliki jumlah populasi 100 responden menggunakan teknik sensus. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan kuesioner. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image*, kepercayaan, dan nilai pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan *brand image*, kepercayaan, dan nilai pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *brand image*, kepercayaan, nilai pelanggan, dan kepuasan pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of three variables, namely brand image, trust, and customer value on customer satisfaction. The hypothesis in this study is that brand image, trust, and customer value influence customer satisfaction simultaneously or partially. The object of this research is the Intan Club Bondowoso customers who have a population of 100 respondents using census techniques. Data collection techniques used observation, interviews and questionnaires. The analysis used included the validity test, reliability test, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis and hypothesis testing (F test, t test, coefficient of determination). The results showed that brand image, trust, and customer value simultaneously influence customer satisfaction and brand image, trust, and customer value partially have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: brand image, trust, customer value, and customer satisfaction.

