

ABSTRACT

This study was complimented to analyze the increase of customer loyalty through brand image, trust and customer satisfaction at the Larissa Aesthetic Center Semarang Branch. The discussion of the importance of increasing customer loyalty through brand image, trust and customer satisfaction has been widely discussed in several literature studies. Although there are many factors that influence customer loyalty, this researcher only discusses the existence of brand image, trust and customer satisfaction as a determinant of customer loyalty. Obtained from 100 respondents using a questionnaire. The analysis used is SPSS and shows that customer loyalty at Larissa Aesthetic Center can be improved by paying attention to aspects of brand image, trust, and customer satisfaction. Brand image, trust and customer satisfaction have a positive and significant impact on customer loyalty.

Key: *Product Image, Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peningkatan loyalitas pelanggan melalui citra merek, kepercayaan dan kepuasan konsumen pada Larissa Aesthetic Center Cabang Semarang. Pembahasan pentingnya peningkatan loyalitas pelanggan melalui citra merek, kepercayaan dan kepuasan pelanggan telah banyak didiskusikan di beberapa kajian pustaka. Meskipun banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, peneliti ini hanya membahas tentang keberadaan citra merek, kepercayaan dan kepuasan konsumen sebagai penentu loyalitas pelanggan. Diperoleh dari 100 orang responden dengan menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan yaitu SPSS dan menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan di Larissa Aesthetic Center dapat ditingkatkan dengan memperhatikan aspek citra merek, kepercayaan, dan kepuasan konsumen. Citra merek, kepercayaan dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kunci : Citra Produk, Kepercayaan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan .