

## ABSTRAK

**Siti Malahayati M, 2022.** Pengaruh *Customer Engagement* dan *Brand Trust* Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Merek (studi pada toko Flies cabang Ternate). Pembimbing I : Abdul Rahman Jannang, Pembimbing II : Ibnu Sina Hi Yusuf

Tujuan penelitian ini adalah : (1) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Customer engagement* terhadap kepuasan pelanggan; (2) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand trust* terhadap kepuasan pelanggan; (3) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *customer engagement* terhadap loyalitas merek; (4) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand trust* terhadap loyalitas merek; (5) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh loyalitas merek terhadap kepuasan pelanggan; (6) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *customer engagement* terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh loyalitas merek; (7) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand trust* terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh loyalitas merek. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 65 responden . dengan menggunakan metode purposive sampling. Alat uji yang digunakan adalah *path analysis* dengan menggunakan *statistical package for social scientists* (SPSS) sebagai alat uji statistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *customer engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek .(2) *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek .(3) *customer engagement* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan . (4) *Brand Trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan .(5) kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek .(6) *Customer Engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek Melalui kepuasan pelanggan .(7) *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek Melalui kepuasan pelanggan

Kata kunci : *Customer Engagement*, *Brand trust*, kepuasan pelanggan, loyalitas merek

## **ABSTRACT**

**Siti Malahayati M, 2022.** *The Effect of Customer Engagement and Brand Trust on Customer Satisfaction and Its Impact on Brand Loyalty (a case study at the Ternate branch of the Flies store) Advisor I : Abdul Rahman Jannang, Supervisor II : Ibnu Sina Hi Yusuf*

*The aims of this study are: (1) to determine and analyze the effect of customer engagement on customer satisfaction ; (2) to determine and analyze the effect of brand trust on customer satisfaction; (3) to determine and analyze the effect of customer engagement on brand loyalty; (4) to determine and analyze the effect of brand trust on brand loyalty; (5) to determine and analyze the effect of brand loyalty on customer satisfaction; (6) to determine and analyze the effect of customer engagement on customer satisfaction mediated by brand loyalty; (7) to determine and analyze the effect of brand trust on customer satisfaction mediated by brand loyalty. The number of samples used in this study were 65 respondents. by using purposive sampling method. The test tool used is path analysis using the statistical package for social scientists (SPSS) as a statistical test tool. The results of this study indicate that: (1) customer engagement has a positive and significant effect on brand loyalty. (2) brand trust has a positive and significant effect on brand loyalty. (3) customer engagement has no significant effect on satisfaction. (4) Brand Trust has no significant effect on customer satisfaction. (5) Customer satisfaction has no significant effect on brand loyalty. (6) Customer Engagement has a positive and significant effect on brand loyalty. Through customer satisfaction, (7) brand trust has a positive and significant effect on brand loyalty. Through customer satisfaction*

**Keywords:** *Customer Engagement, Brand trust, customer satisfaction, brand loyalty*