

ABSTRAK

Dea Yoni Sagita. NIM. 3402190154. Pengaruh *Green Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* (Studi pada Konsumen Smartphone Samsung di Rosi Store Ciamis). Dibawah Bimbingan Ibu Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E.,M.M (Pembimbing I) dan Ibu Hj. Iyus Yustini, S.Pd., M.M (Pembimbing II).

Penelitian ini dilatar belakangi oleh belum optimalnya *customer loyalty* pada *Smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis yang diakibatkan oleh belum optimalnya *green brand image* dan *brand trust* konsumen terhadap *Smartphone* Samsung. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana pengaruh *greend brand image* terhadap *customer loyalty* pada *smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis?; 2) Bagaimana pengaruh *brand trust* terhadap *customer loyalty* pada *smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis?; 3) Bagaimana pengaruh *green brand image* dan *brand trust* terhadap *customer loyalty* pada *smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis?. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Pengaruh *greend brand image* terhadap *customer loyalty* pada *smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis; 2) Pengaruh *brand trust* terhadap *customer loyalty* pada *smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis; 3) Pengaruh *green brand image* dan *brand trust* terhadap *customer loyalty* pada *smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan data kuantitatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Rosi Store Ciamis pada bulan Juni-November 2022 yaitu sebanyak 762 orang, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 88 orang. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu studi kepustakaan, studi lapangan dan penyebaran angket. Dari hasil penelitian, dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut: 1) *Green brand image Smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis adalah cukup tinggi. Selanjutnya berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa *greend brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada *Smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis; 2) *Brand trust* pada *Smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis adalah tinggi. Selanjutnya berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa *greend brand image* dan *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada *Smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis; 3) *Customer loyalty* pada *Smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis adalah tinggi. Selanjutnya berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa *green brand image* dan *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada *Smartphone* Samsung di Rosi Store Ciamis. Artinya jika *green brand image* dan *brand trust* meningkat maka akan meningkatkan *customer loyalty*.

Kata Kunci: *Green Brand Image, Brand Trust dan Customer Loyalty*