

## ABSTRAK

Wafa Nafa. 3402210539. Pengaruh *Emotional Branding* Dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Brand Loyalty* (Studi Pada Pelanggan Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran). **Dibawah bimbingan Elin Herlina, S.Pd., M.M., (Pembimbing I) dan Toto, S.E., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh *Brand Loyalty* yang belum optimal hal ini diduga disebabkan oleh kurangnya *Emotional Branding* dan *Customer Satisfaction*. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini : 1) Bagaimana pengaruh *emotional branding* terhadap *brand loyalty* pada pelanggan dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran?; 2) Bagaimana pengaruh *customer satisfaction* terhadap *brand loyalty* pada pelanggan dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran?; 3) Bagaimana pengaruh *emotional branding* dan *customer satisfaction* terhadap *brand loyalty* pada pelanggan Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran?. Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran, teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling sehingga jumlah sampel sebanyak 86 orang. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis verifikatif dengan menggunakan analisis koefisien korelasi sederhana dan berganda, analisis koefisien determinasi, analisis regresi linier berganda, uji t dan uji F. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa: 1) *Emotional branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran dan memiliki hubungan sangat kuat. Dengan kata lain jika *emotional branding* meningkat maka *brand loyalty* akan semakin meningkat. 2) *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran dan memiliki hubungan kuat. Dengan kata lain jika *Customer satisfaction* semakin kuat maka *brand loyalty* akan semakin meningkat. 3) *Emotional branding* dan *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran memiliki hubungan sangat kuat. Dengan kata lain jika *emotional branding* dan *customer satisfaction* semakin baik maka *brand loyalty* akan semakin meningkat. Oleh karena itu diharapkan manajemen Dealer Netral Jaya Motor Cabang Pangandaran lebih meningkatkan *emotional branding* dan *customer satisfaction* sehingga *brand loyalty* pelanggan motor honda meningkat.

**Kata Kunci :** *emotional branding, customer satisfaction dan brand loyalty.*