

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pemasaran Hubungan, Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Anggie Tiara Devy, NIM 17402163183, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Pembimbing Dyah Pravitasari, SE.,M.S.A.

Penelitian ini di latar belakang oleh perkembangan zaman yang semakin *modern* dan *fashionabel* membuat banyak produsen semakin berlomba-lomba dalam melakukan inovasi terbaru dalam bisnisnya. Semakin banyak jumlah produk dan merek yang bersaing sehingga pelanggan ditawarkan dengan ragam pilihan dan alternatif produk yang dapat memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, produsen harus mampu melakukan strategi pemasaran yang dapat membuat pelanggan puas terhadap produk yang dikonsumsi seperti strategi pemasaran hubungan dengan cara memahami kebutuhan pelanggan, citra merek yang baik dan kepercayaan atas kualitas produk. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Apakah pemasaran hubungan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung ? 2) Apakah citra merek dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung ? 3) Apakah kepercayaan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung ? 4) Apakah pemasaran hubungan, citra merek dan kepercayaan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung ?. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel pemasaran hubungan, citra merek dan kepercayaan dapat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung.

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 56 responden yaitu pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung. Sumber data yang diperoleh melalui observasi, kuesioner dan dokumentasi. Kemudian hasil data kuesioner diolah menggunakan *SPSS 23.0* untuk membuktikan hipotesis penelitian ini.

Hasil pengujian uji F secara simultan variabel pemasaran hubungan, citra merek dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung. Hasil analisis koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) sebesar 60,1% dipengaruhi oleh variabel pemasaran hubungan, citra merek dan kepercayaan. Dan sisanya sebesar 39,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci** : Pemasaran Hubungan, Citra Merek, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "The Effect of Relationship Marketing, Brand Image and Confidence Against Customer Satisfaction Gallery Hijab Lalascarf Tulungagung" was written by Beyonce Tiara Devy, NIM 17402163183, Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Business Islam, Islamic Institute Tulungagung, Pembimbingn Dyah Pravitasari , SE., MSA*

*The background of this research is that the times are increasingly modern and fashionable, making many producers increasingly competing in making the latest innovations in their business. The increasing number of products and brands that compete so that customers are offered a variety of choices and product alternatives that can meet their needs. Therefore, producers must be able to carry out marketing strategies that can make customers satisfied with the products they consume, such as relationship marketing strategies by understanding customer needs, good brand image and trust in product quality. The formulation of the problems in this study are 1) Can relationship marketing affect customer satisfaction in Galeri Hijab Lalascarf, Tulungagung Regency? 2) Does brand image affect customer satisfaction of Galeri Hijab Lalascarf, Tulungagung Regency? 3) Can trust affect the customer satisfaction of Galeri Hijab Lalascarf, Tulungagung Regency? 4) Can relationship marketing, brand image and trust affect customer satisfaction of Galeri Hijab Lalascarf, Tulungagung Regency? This study aims to test whether the variables of relationship marketing, brand image and trust can have a significant effect on customer satisfaction. Hijab Lalascarf Gallery, Tulungagung Regency.*

*The data collection technique in this study uses quantitative methods with the type of associative research. The technique used for sampling using accidental sampling. The number of samples of this research were 56 respondents, namely the customers of the Lalascarf Hijab Gallery, Tulungagung Regency. Sources of data obtained through observations, questionnaires and documentation. Then the results of the questionnaire data were processed using SPSS 23.0 to prove the hypothesis of this study.*

*The results of the F test simultaneously, relationship marketing variables, brand image and trust have a significant effect on customer satisfaction. Hijab Lalascarf Gallery, Tulungagung Regency. The results of the analysis of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) of 60.1% are influenced by the variables of relationship marketing, brand image and trust. And the remaining 39.9% is influenced by other variables.*

**Keyword s:** *Relationship Marketing, Brand Image, Trust, Customer Satisfaction*