



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT NO:468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

***Analisis Pengaruh Brand Trust terhadap Brand Loyalty di  
Nusantara Laundry Bandung***

Skripsi

Oleh

Sarah Natasya Pangestu

2015320111

Bandung

2019



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN-PT NO:468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Pengaruh *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* di  
Nusantara Laundry Bandung**

Skripsi

Oleh

Sarah Natasya Pangestu

2015320111

Pembimbing

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

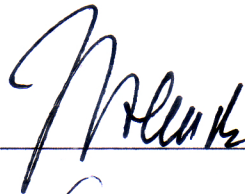


**Tanda Pengesahan Skripsi**

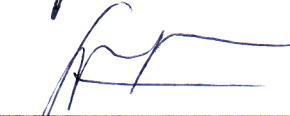
Nama : Sarah Natasya Pangestu  
Nomor Pokok : 2015320111  
Judul : Analisis Pengaruh *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* di  
Nusantara Laundry Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 10 Juli 2019  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**  
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Sanerya Hendrawan, Ph.D

: 

**Sekretaris**  
Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

: 

**Anggota**  
Marihhot Tua Effendi, Drs., M.Si

: 

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sarah Natasya Pangestu  
NPM : 2015320111  
Jurusan / Program studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : Analisis Pengaruh *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* di Nusantara Laundry Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 26 Juni 2019

Sarah Natasya Pangestu

## ABSTRAK

Nama : Sarah Natasya Pangestu

NPM : 2015320111

Judul : Analisis Pengaruh *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* di Nusantara Laundry Bandung

---

Nusantara Laundry merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang *linen & towel, wholesale laundry* bagi hotel-hotel di kota Bandung, Nusantara Laundry mulai berdiri pada Februari 2018 dan terletak di Jalan PDAM (Belakang Aston Pasteur Hotel) Sukagalih-Bandung. Laundry ini mengalami peningkatan jumlah penjualan pada tahun 2018 dan 2019, tren pada laundry ini terus meningkat.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan kepada 2 informan yang menjabat sebagai kepala *housekeeping* di hotel X dan hotel Y, hasil yang didapatkan adalah informan mengatakan bahwa Nusantara Laundry memberikan kinerja dan hasil yang baik sehingga memperoleh kepuasan, dan harga yang ditawarkan terjangkau sesuai dengan kualitas yang diberikan. Kinerja dan hasil yang diberikan termasuk ke dalam *brand trust*, sedangkan mengenai harga yang diberikan termasuk ke dalam *brand loyalty*.

Berdasarkan judul penelitian, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh *brand trust* terhadap *brand loyalty* di Nusantara Laundry Bandung.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif, dan metode yang digunakan adalah metode penelitian survei. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik wawancara terstruktur terhadap 7 informan. Sumber data penelitian dikumpulkan melalui data primer dan data sekunder, dan teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Metode keabsahan yang digunakan dalam penelitian adalah metode triangulasi sumber.

Ternyata hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand trust* memiliki pengaruh terhadap *brand loyalty* di Nusantara Laundry Bandung.

Kata Kunci : *Brand Trust* , *Brand Loyalty*, *kualitatif*, *kepuasan*

## ABSTRACT

*Name* : Sarah Natasya Pangestu

*NPM* : 2015320111

*Title* : *An Analysis of The Influence of Brand Trust toward Brand Loyalty in Nusantara Laundry Bandung*

---

*Nusantara Laundry is a company which engaged in linen & towel, wholesale laundry for hotels in the city of Bandung, Nusantara Laundry was established since February 2018 and located in Jalan PDAM (Behind Aston Pasteur Hotel) Sukagalih-Bandung. This laundry has increased the number of sales in 2018 and 2019, the trend in this laundry is continues to increased.*

*Referring to the interview to 2 informant who served as head of housekeeping at hotel X and hotel Y, it is known that Nusantara Laundry provided good performance and results so they obtain satisfaction, and the price given was affordable according to the quality provided . The performance and results provided are included in the brand trust, while the price given is included in brand loyalty.*

*Based on the research title, the purpose of this research is to find out whether there is an effect of brand trust on brand loyalty in Nusantara Laundry Bandung.*

*This type of research used descriptive analysis approach, and the method used is survey research methods. The technique of collecting data in this research was conducted by structure interview technique to 7 informants. The source of the research data is collected through primary and secondary data, and the data analysis used data reduction, data presentation, and conclusion. The validity methods used source triangulation methods.*

*The result of this study show that brand trust has an effect on brand loyalty in Nusantara Laundry Bandung.*

*Keywords* : *Brand Trust , Brand Loyalty, qualitative, satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Penelitian skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan. Judul skripsi yang diajukan penulis adalah “Analisis Pengaruh *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* di Nusantara Laundry Bandung”. Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak pengarahan, bantuan, serta semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis hendak menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan kekuatan, mukjizat, kesehatan, berkat, dan kasih yang sangat melimpah. Tanpa Tuhan Yesus penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Orangtua penulis Bobby Pangestu dan Herawati yang ikut membantu dan mendukung penulis baik secara materi, doa, maupun moral sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Adik tercinta Catherine Angeline Pangestu dan Michael Pangestu yang selalu memberikan dukungan, bantuan, dan perhatian. Serta ema penulis Oey Giok Bwe yang memberikan dukungan dan perhatian.
4. Om Arief Hanjar Wantoro selaku pemilik Nusantara Laundry Bandung yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian disana. Tanpanya penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
6. Ibu Dian Sadeli selaku dosen wali penulis, terimakasih atas segala bantuannya selama masa perkuliahan.
7. Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa membantu serta membimbing penulis selama menyusun skripsi dengan penuh kesabaran. Terimakasih atas semua waktu, tenaga, pikiran, dan motivasi yang telah diberikan untuk memperluas pengetahuan dan wawasan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Bapak Albert M.P.L. Tobing, ST., MAB. Selaku dosen Ilmu Administrasi Bisnis, terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan, masukan dan nasihat selama perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini.
9. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang sudah memberikan ilmu yang sangat berguna bagi penulis selama menuntut ilmu di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.

10. Teman main naon weh yaitu Meliska, Angel, Mei, Regina, Samantha, Dodi, Erick, Morris, Chandra, Daniel, Renard, dan Alex yang menjadi sahabat penulis dari awal perkuliahan, memberikan bantuan serta dukungan selama masa perkuliahan dan menjadi teman seperjuangan penulisan skripsi ini. Semoga pertemanan kita terus seperti ini ya.
11. Teman main lain penulis selama kuliah yaitu Inneke, Nadya, Yuni, Willy, Arief, Jeremmy, Owen, Teddy, Regina Adela, Bertilia, Edwin, Yoan, Cynthia, Carlo yang menemani penulis selama perkuliahan dan memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.
12. Seluruh teman-teman Administrasi Bisnis 2015 yang tidak dapat disebutkan satu-satu, kita memulai ini semua bersama-sama dari nol dan saya berharap kedepannya kita juga bisa sukses bersama-sama.
13. KM River of Joy yaitu Mboe Katherin, Ruth, Ka Thalita, Debby, Hana Grace, Meita, dan Eriko yang menjadi teman main, selalu memberikan masukan, dukungan positif, dan doa selama penulis mengerjakan skripsi ini.
14. Teman-teman KGC yaitu Ci Sasa, Chara, Prisillia, Jose, Theo, Areldy, Aldy, Don, William, Evan, Jeremy, Jonathan, Ka Eldaa, Ka Yohana, Ka Indri yang menjadi teman nongkrong saya, memberikan semangat dan doa untuk saya mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga penulis memerlukan kritik dan saran yang membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang. Akhir kata penulis berharap agar penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Bandung, 26 Juni 2019

Sarah Natasya Pangestu



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6
1.5 Objek Penelitian .....	6
BAB 2 KERANGKA TEORI .....	7
2.1 Brand Trust .....	7
2.1.1 Definisi Brand Trust .....	7
2.1.2 Faktor Brand Trust .....	8
2.1.3 Manfaat Brand Trust .....	9
2.1.4 Pengukuran Brand Trust .....	10
2.2 Brand Loyalty .....	12
2.2.1 Definisi Brand Loyalty .....	12
2.2.2 Manfaat Loyalitas Merek .....	14
2.2.3 Pengukuran Brand Loyalty .....	14
2.3 Hubungan antara Kepercayaan Merek dan Loyalitas Merek .....	17
2.4 Penelitian Terdahulu .....	18
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	21
3.1 Jenis Penelitian .....	21
3.2 Metode Penelitian .....	21
3.3 Model Penelitian .....	22

3.4 Pemilihan Informan .....	23
3.5 Sumber Data Penelitian .....	23
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.7 Teknik Analisis Data .....	26
3.8 Metode Keabsahan Data.....	27
3.9 Langkah-Langkah Penelitian.....	28
<b>BAB 4 OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
4.1 Tentang Perusahaan.....	31
4.2 Visi dan Misi .....	34
4.3 Proses Bisnis.....	34
4.4 Struktur Perusahaan.....	38
4.5 Daftar Harga Nusantara Laundry .....	40
<b>BAB 5 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
5.1 Brand Trust.....	43
5.1.1 Brand Reliability.....	43
5.1.2 Brand Intentions.....	50
5.2 Brand Loyalty .....	55
5.2.1 Cognitive Loyalty .....	56
5.2.2 Affective Loyalty .....	61
5.2.3 Conative Loyalty.....	66
5.2.4 Behavioral Loyalty .....	71
5.3 Hubungan Brand Trust dengan Brand Loyalty .....	73
<b>BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
6.1 Kesimpulan.....	82
6.2 Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>89</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Nusantara Laundry Tahun 2018 dan 2019.....	3
Gambar 3.1 Model Penelitian dengan Dimensi .....	22
Gambar 4.1 Tampak depan Nusantara Laundry .....	33
Gambar 4.2 Mesin yang digunakan Nusantara Laundry.....	33
Gambar 4.3 Kendaraan yang digunakan Nusantara Laundry .....	34
Gambar 4.4 Proses menyetrika kain linen.....	36
Gambar 4.5 Proses menyetrika pakaian .....	36
Gambar 4.6 Proses packing barang.....	37
Gambar 4.7 Persiapan pengantaran barang.....	37
Gambar 4.8 Bagan Organisasi Nusantara Laundry.....	38
Gambar 4.9 Gambar Daftar Harga Linen.....	40
Gambar 4.10 Daftar Harga Linen.....	41
Gambar 4.11 Daftar Harga Guest Laundry .....	41
Gambar 4.12 Daftar Harga Uniform .....	42

## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1 Perusahaan memenuhi ekspektasi.....	44
Tabel 5.2 Yakin dan percaya diri dengan perusahaan.....	46
Tabel 5.3 Perusahaan pernah mengecewakan.....	47
Tabel 5.4 Perusahaan menjamin memberikan kepuasan.....	49
Tabel 5.5 Perusahaan mengatasi masalah dengan jujur dan tulus .....	51
Tabel 5.6 Perusahaan dapat diandalkan dalam pemecahan masalah .....	52
Tabel 5.7 Perusahaan memberikan kompensasi.....	54
Tabel 5.8 Perusahaan memberikan jasa terunggul.....	56
Tabel 5.9 Perusahaan memberikan kinerja terbaik .....	58
Tabel 5.10 Perusahaan memberikan lebih banyak manfaat.....	60
Tabel 5.11 Senang menggunakan jasa perusahaan .....	62
Tabel 5.12 Puas menggunakan jasa dari perusahaan .....	63
Tabel 5.13 Lebih menyukai Nusantara Laundry daripada yang lain .....	64
Tabel 5.14 Tetap menyukai Nusantara Laundry walaupun ada yang lebih murah .....	66
Tabel 5.15 Berniat untuk tetap menggunakan jasa Nusantara Laundry.....	68
Tabel 5.16 Nusantara Laundry menjadi pilihan utama .....	69
Tabel 5.17 Tidak keberatan mengeluarkan uang lebih banyak pada Nusantara Laundry .....	71
Tabel 5.18 Perusahaan memenuhi ekspektasi dengan tetap menggunakan jasa perusahaan.....	73
Tabel 5.19 Perusahaan memenuhi ekspektasi dengan senang menggunakan jasa perusahaan.....	74
Tabel 5.20 Yakin dan percaya pada perusahaan dengan berniat tetap menggunakannya.....	75
Tabel 5.21 Perusahaan pernah mengecewakan dengan tetap berniat menggunakannya.....	76
Tabel 5.22 Perusahaan menjamin kepuasan dengan puas menggunakan jasa perusahaan.....	77
Tabel 5.23 Perusahaan mengatasi masalah dengan jujur dengan memberikan kinerja terbaik.....	78
Tabel 5.24 Perusahaan dapat diandalkan dengan memberikan kinerja terbaik ...	79
Tabel 5.25 Perusahaan memberi kompensasi dengan puas menggunakan jasa perusahaan.....	80

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Hasil Wawancara dengan Informan .....	89
Lampiran 2 Hasil Wawancara dengan Manajer Nusantara Laundry .....	105

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan perkembangan zaman, masyarakat perkotaan memiliki tingkat kesibukan yang tinggi (Adi, 2012). Dalam satu hari masyarakat masa kini memiliki kegiatan lebih dari satu sehingga membuat kesibukan mereka meningkat. Dengan kesibukan yang terus meningkat, mengakibatkan masyarakat memerlukan hari libur maupun cuti. Hari libur diperlukan agar tubuh tidak menjadi *stress* dan tidak mudah terserang penyakit.

Selain mengambil hari libur untuk melepas *stress*, alasan lain adalah agar dapat berkumpul dengan keluarga (Wibisono, 2016). Menghabiskan waktu liburan pun tidak memerlukan waktu yang panjang, dengan waktu yang singkat pun dapat dilakukan (Achni, 2017). Liburan singkat ini pun dapat terwujud hanya dengan liburan di hotel. Jumlah tamu di hotel-hotel pada hari biasa juga ramai akan tetapi pada momen libur panjang, khususnya di kota Bandung semua hotel sudah habis dipesan. (Ramadhan, 2018)

Setiap hotel pasti menyediakan fasilitas untuk *laundry* dan kebutuhan mengenai laundry meningkat pesat pada saat momen libur panjang. Masyarakat yang menginap di hotel biasanya akan menggunakan fasilitas *laundry* yang ada. Tidak sedikit warga di kota Bandung yang menginap di hotel karena di rumah mereka tidak ada pekerja rumah tangga. Sedangkan di hotel ada yang melayani,

sehingga banyak yang memilih untuk menginap di hotel karena jasanya dapat digunakan dengan baik terlebih urusan *laundry* (Ramadhan, 2018).

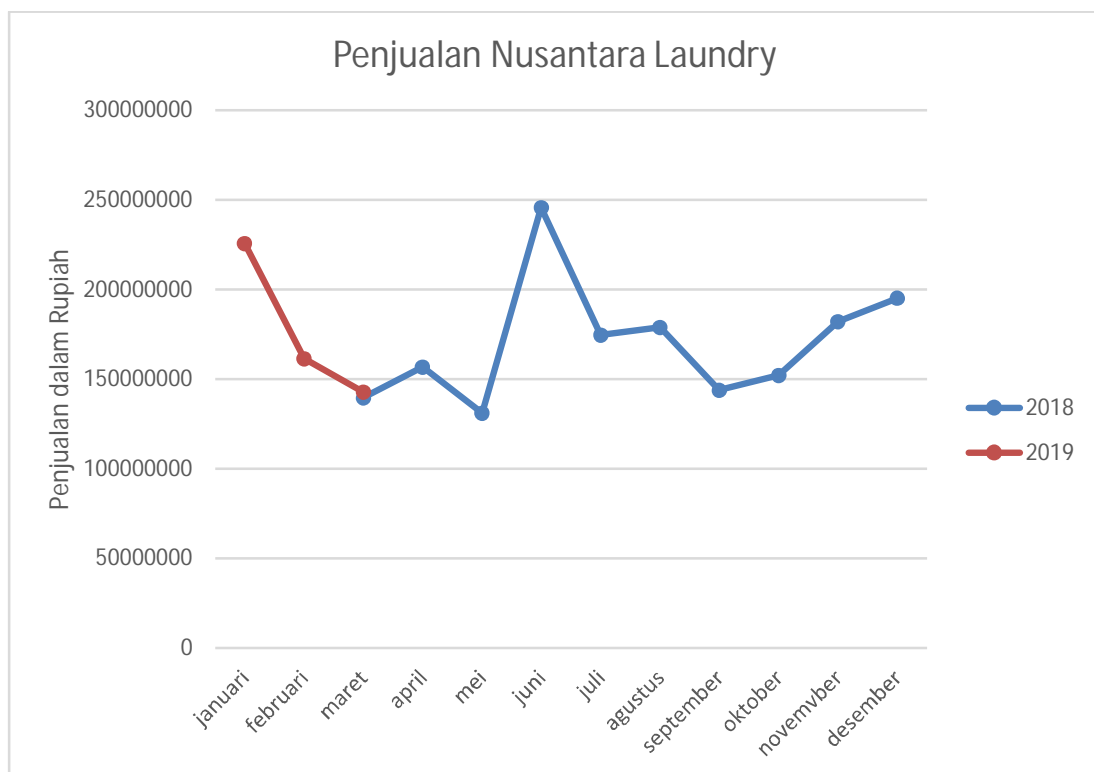
Jasa *laundry* merupakan sebuah badan usaha yang menawarkan jasa dalam hal pencucian pakaian, dengan metode-metode khusus. Jasa *laundry* bukan hanya sekedar tempat untuk mencuci melainkan juga sebuah tempat perawatan pakaian agar lebih bersih dan awet, dan faktor serba instan serta praktis menjadi trend bagi masyarakat saat ini. Dengan begini akan membuka peluang untuk usaha di bidang *laundry*. Banyak faktor yang memicu pertumbuhan usaha *laundry* seperti pertumbuhan pariwisata, hotel, properti, rumah sakit, dan teknologi (Putri, 2014).

Menurut Ahmad (2014), pada dasarnya untuk mengembangkan laundry tidak terlalu berbeda antara laundry skala besar dengan laundry skala rumahan. Dimana pengusaha diharuskan untuk mencari lokasi strategis sebagai tempat usaha, harga yang bersaing dengan kompetitor serta membangun sistem pemasaran yang unggul. Sistem pemasaran sangat penting bagi laundry dengan skala besar untuk memperoleh kepercayaan pada pihak hotel. Kepercayaan yang akan dilihat para pihak hotel adalah dari proposal yang diajukan karena tidak dapat sembarangan laundry dapat masuk kesana.

Nusantara Laundry merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *laundry linen* dan *dry cleaning* yang berskala besar. Nusantara Laundry menyediakan jasa pencucian *laundry* khusus untuk hotel yang berlokasi di Jalan PDAM (Belakang Aston Pasteur Hotel). Laundry ini buka dari hari Senin-Minggu selama 24 jam.

Penulis juga mencari data pendapatan di satu tahun sebelumnya untuk melakukan penelitian mengenai *Brand Trust* dan *Brand Loyalty* ini. Hal ini ditujukan agar penulis lebih menguasai hal yang diteliti sehingga menghasilkan penelitian yang baik. Berikut penulis melampirkan data penjualan Nusantara Laundry tahun 2018 dan 2019:

**Gambar 1.1**  
**Grafik Penjualan Nusantara Laundry Tahun 2018 dan 2019**



Data pada Gambar 1.1 di atas menunjukkan grafik penjualan yang dilakukan Nusantara Laundry mulai dari bulan Februari 2018 hingga bulan Maret 2019. Dapat dilihat bahwa penjualan di Nusantara Laundry memang mengalami kenaikan dan penurunan. Menurut informasi dari pemilik, penjualan Nusantara



Laundry mengalami penurunan karena konsumen dari hotel tidak sebanyak biasanya. Seperti pada bulan Mei 2018 dan September 2018 penjualan mereka mengalami penurunan karena tidak banyak orang yang datang ke hotel. Walaupun mengalami penurunan, cucian dari hotel tetap ada sehingga laundry juga tetap memperoleh pesanan dari hotel.

Akan tetapi pada hari libur seperti lebaran, natal, dan tahun baru, Nusantara Laundry mengalami kenaikan yang tinggi karena jumlah konsumen di hotel juga meningkat. Seperti pada hari libur lebaran bulan Juni 2018 hotel-hotel penuh sehingga cucian yang dicuci juga bertambah karena perputaran orangnya juga semakin cepat. Pada Januari 2019 penjualan Nusantara Laundry juga tinggi dikarenakan masih banyak orang yang berlibur di hotel berdasarkan informasi dari pemilik Nusantara Laundry. Pada saat seperti ini hotel-hotel membutuhkan tenaga laundry yang mampu memenuhi permintaan dengan cepat dengan kualitas yang baik pula.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Penulis juga melakukan wawancara pendahuluan kepada dua konsumen hotel dari Nusantara Laundry untuk mengetahui hubungan *Brand Trust* dengan *Brand Loyalty*. Dari wawancara ini didapati alasan mengapa konsumen Nusantara Laundry tetap menggunakan jasa Nusantara Laundry dikarenakan pelayanan yang ditawarkan baik, hasil yang diperoleh sangat baik, dan harga terjangkau.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Nusantara Laundry telah memperoleh kepercayaan dari konsumennya karena hasil

yang diberikan sudah baik. Selain dari hasil cucian, para konsumen juga mengatakan bahwa harga yang diberikan terjangkau dengan kualitas yang baik sehingga tidak ragu untuk tetap menggunakannya. Berdasarkan hasil wawancara diatas, terlihat bahwa kepercayaan akan berpengaruh kepada loyalitas merek. Hal ini sesuai dengan teori yang ada yang dinyatakan oleh Arjun & Morris dalam Upmannu, Gulati, Mathur (2014:85), bahwa *brand trust* memiliki pengaruh positif terhadap *brand loyalty*.

Melihat hal ini penulis ingin mengetahui lebih lanjut mengenai hubungan antara *Brand Trust* dengan *Brand Loyalty* karena dari wawancara pendahuluan yang telah dilakukan tidak dapat menggambarkan keseluruhan konsumen Nusantara Laundry.

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah apakah *brand trust* berpengaruh terhadap *brand loyalty* di Nusantara Laundry Bandung?

Berdasarkan hal di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul: **“Analisis Pengaruh Brand Trust terhadap Brand Loyalty di Nusantara Laundry Bandung.”**

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

- Mengetahui analisis antara *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* di Nusantara Laundry Bandung.

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap dapat bermanfaat bagi :

- Perusahaan

Dapat menambah informasi dalam pemasaran untuk meningkatkan target pasar serta volume penjualan. Serta hasil yang diperoleh penulis dapat diterapkan mengenai *Brand Trust* dan *Brand Loyalty*.

- Penulis

Untuk memperdalam ilmu pada bidang pemasaran, terlebih mengenai *Brand Trust* dan *Brand Loyalty*, tidak hanya teori akan tetapi aplikasinya juga pada perusahaan.

- Pihak lain

Dapat menjadi referensi bagi pembaca yang terfokus pada bidang ilmu pemasaran mengenai kepercayaan merek dan loyalitas merek.

#### 1.5 Objek Penelitian

Penelitian dilakukan di Nusantara Laundry yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang *linen & towel, wholesale laundry* bagi hotel-hotel di kota Bandung. Nusantara Laundry sendiri mulai beroperasi sejak Februari 2018 serta merupakan perusahaan yang cukup besar karena setiap harinya melayani banyak hotel-hotel besar. Terletak di Jalan PDAM (Belakang Aston Pasteur Hotel) Sukagalih-Bandung. Laundry ini buka setiap hari selama 24 jam karena setiap harinya selalu menerima pesanan dari konsumen.