

**Pengaruh *Customer satisfaction* Dan *Brand Image* Dengan *Brand love* Sebagai Variabel Mediasi Terhadap *Brand loyalty* Studi Kasus Pada *Skincare Whitelab***

Nama : Shelenindya Wahyudyasi  
NIM : 1011910079  
Pembimbing : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *customer satisfaction* dan *brand image* dengan *brand love* sebagai variabel mediasi terhadap *brand loyalty* studi kasus pada *skincare* Whitelab. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menggunakan kuesioner yang dibantu dengan google form. Penelitian ini menggunakan 130 responden konsumen yang pernah membeli produk Whitelab dengan rentan usia minimal 17 sampai 35 tahun. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan analisis SEM PLS. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *customer satisfaction* dan brand image berpengaruh terhadap *brand loyalty* pada *skincare* Whitelab. Hasil deskriptif juga menunjukkan bahwa *brand love* dapat memediasi *customer satisfaction* dan brand image terhadap *brand loyalty* *skincare* Whitelab.

**Kata Kunci** : *Customer Satisfaction, Brand Image, Brand Love, Brand loyalty.*

***The Influence of Customer satisfaction and Brand Image with Brand love as a Mediating Variable on Brand loyalty Case Study on Skincare***

***Whitelab***

*Name* : Shelenindya Wahyudyasi  
*Student Identity Number* : 1011910079  
*Supervisor* : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the effect of customer satisfaction and brand image with brand love as a mediating variable on brand loyalty in case studies on skincare Whitelab. This study used a quantitative method using a purposive sampling technique. The data collection technique used was a questionnaire assisted by the Google form. This study used 130 consumer respondents who had purchased Whitelab products with a minimum age range of 17 to 35 years. The method used in this research is SEM PLS analysis. The results of the descriptive analysis show that customer satisfaction and brand image have an effect on brand loyalty in Whitelab skincare. The descriptive results also show that brand love can mediate customer satisfaction and brand image towards Whitelab skincare brand loyalty.*

***Keyword*** : *Customer Satisfaction, Brand Image, Brand Love, Brand Loyalty*