

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of brand image and brand trust on customer satisfaction at Makarizo hair care products in Surabaya. This research is descriptive and uses quantitative methods. The population in this study was the population of Central Surabaya, with a total sample of 112, and the sampling technique was random sampling. The brand image variable t_{count} is 1.705 with a sig value of 0.091, and the brand trust variable is t_{count} at 14.542 with a sig value of 0.000. While the results obtained from the F test (simultaneous) are 126,430 and sig is 0.000. Which means that brand image and brand trust have a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Brand Image, Brand Trust, and Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap *customer satisfaction* produk *hair treatment* Makarizo di Surabaya. Penelitian ini bersifat deskriptif dan menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah populasi Surabaya Pusat, dengan jumlah sampel 112, dan teknik pengambilan sampel adalah *random sampling*. Variabel *brand image* t_{hitung} sebesar 1,705 dengan nilai sig sebesar 0,091, dan variabel *brand trust* sebesar t_{hitung} sebesar 14,542 dengan nilai sig sebesar 0,000. Sedangkan hasil yang diperoleh dari uji F (simultan) adalah 126.430 dan sig adalah 0,000. Yang artinya *brand image* dan *brand trust* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*.

Kata kunci: *Brand Image, Brand Trust, dan Customer Satisfaction*