

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh positif kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Fujifilm di Jakarta. Penelitian ini akan dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada 110 responden konsumen pengguna kamera Fujifilm. Teknik analisis yang akan digunakan adalah teknik analisis kuantitatif dengan metode analisa jalur (*path analysis*). Hasil penelitian membuktikan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan dari *trust* terhadap *customer loyalty* dan ada pengaruh positif yang signifikan dari *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*.

Implikasi managerial yang dapat disarankan kepada Fujifilm pada penelitian ini terbatas kepada variable yang digunakan yaitu *Trust*, kepercayaan konsumen kepada produk kamera mirrorless Fujifilm sangat tinggi, sehingga Fujifilm hanya perlu terus menjaga kepercayaan konsumen tersebut dengan baik. Selanjutnya pada variable *Customer Satisfaction*, kepuasan pengguna kamera Fujifilm Mirrorless secara keseluruhan kurang baik, sehingga diperlukan strategi seperti peningkatan literasi dan edukasi secara menyeluruh terhadap pengguna kamera mirrorless Fujifilm melalui event yang dilakukan secara berkala. Pada variable *Customer Loyalty*, loyalitas pengguna kamera mirrorless Fujifilm sangat baik dilihat dari sisi harga dan kualitas yang dimiliki, sehingga Fujifilm diharapkan untuk terus menjaga loyalitas pengguna kamera mirrorless Fujifilm dengan terus meningkatkan pelayanan serta kualitas yang dimiliki kamera mirrorless Fujifilm.

Kata Kunci : Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.