# ABSTRAK

Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya asupan nutrisi yang seimbang telah meningkat dari tahun ke tahun. Jenis susu yang banyak beredar ditengah masyarakat salah satunya adalah susu *Ultra High Temperature* (UHT). Persaingan industri susu UHT di Indonesia sangat ketat, sehingga mendorong setiap perusahaan agar mampu membuat produk yang dapat meciptakan rasa puas bagi konsumen. Kepuasan konsumen akan mendorong loyalitas pelanggan pada merek yang telah digunakan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayan merek, citra merek, difernsiasi produk, inovasi produk, dan iklan terhadap loyalitas pelanggan produk *Ultra Milk.* Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang mengkonsumsi produk *Ultra Milk* di Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada para responden yang mengkonsumsi produk *Ultra Milk* secara *online* melalui google form. Sampel pada penelitian ini sebanyak 97 responden dengan teknik pengambilan sanpel menggunakan *probability sampling* dengan metode *purposive sampling.* Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis resgresi linier berganda dengan bantuan SPSS v.26. Berdasarkan hasil penelitian menujukkan bahwa kepuasan pelanggan, kepercayaan merek, diferensiasi produk, inovasi produk, dan iklan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan citra merek berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan produk *Ultra Milk.*

**Kata kunci:** Kepuasan Pelanggan, Keprcayaan merek, Citra Merek, Diferensisi Produk, Inovasi Produk, Iklan, Loyalitas Pelanggan.

# *ABSTRAK*

*Public awareness of the importance of a balanced nutritional intake has increased year by year. One type of milk that is widely available in the community is Ultra High Temperature (UHT) milk. the competition in the UHT milk industry in Indonesia is very tight, pushing every company to produce products that can create consumer satisfaction. Consumer satisfaction will encourage customer loyalty to the brand they have used. The purpose of this research is to analyze the influence of customer satisfaction, brand trust, brand image, product differentiation, product innovation, and advertising on customer loyalty to Ultra Milk products. This research was conducted on consumers who consumed Ultra Milk products in Indonesia. The data used in this research is primary data obtained from distributing questionnaires to respondents who consume Ultra Milk products online via Google Form. The sample in this study was 97 respondents with a sampling technique using probability sampling with a purposive sampling method. The analysis in the study used multiple linear regression analysis with the help of SPSS v.26. Based on the research result, it shows that customer satisfaction, brand trust, product differentiation, product innovation and advertising have a positive effect on customer loyalty for Ultra Milk products. While brand image has a negative effect on customer loyalty for Ultra Milk products.*

*Keywords: Customer Satisfaction. Brand Trust, Brand Image, Produk Differentiation, Product Innovation, Advertising, Customer Loyalty.*