

Abstrak

Natura World merupakan merek PT. Natura Prima Beauty adalah distributor pemasaran produk kecantikan berbasis jaringan. Salah satu upaya yang dilakukan oleh Natura World dalam mempertahankan konsumen sehingga mereka loyal terhadap produk yang dihasilkan adalah dengan iklan yang memanfaatkan social media (Instagram, WhatsApp, dan Facebook). Penelitian berjenis deskriptif kuantitatif yaitu mendeskripsikan dan menjelaskan tentang Natura World serta mengetahui dan menganalisis pelaksanaan iklan produk Natura World terhadap *customer loyalty*. Responden berjumlah 100 orang (warga kota Surakarta) dengan yang cara *Non Probability Sampling* dengan teknik menggunakan *Purposive Sampling*, kemudian dianalisis dengan regresi linier berganda sederhana. Hasil penelitian menyatakan bahwa didasarkan hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji T dan regresi linier didapatkan hasil bahwa pelaksanaan iklan yang dilakukan oleh Natura World berpengaruh signifikan terhadap peningkatan loyalitas customer dan besarnya pengaruh yang ditimbulkan dari pelaksanaan iklan produk Natura World terhadap peningkatan Loyalty Customer yaitu sebesar 5,37 atau sebesar 53,7% sedang sisanya yaitu 46,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar penelitian.

Kata Kunci : pengaruh, iklan, customer loyalty, Natura World, Surakarta