

Abstrak

The Body Shop merupakan salah satu merek komestik dan perawatan diri di Indonesia. Berdasarkan Top Brand Award 2019 dan 2020, The Body Shop menduduki peringkat pertama kategori *body mist* dan *body butter*. Keduanya merupakan produk perawatan terbaik yang dimiliki The Body Shop. Didalam penelitian ini terdapat fenomena bahwa tidak semua produk The Body Shop diminati oleh pelanggannya masih banyak pelanggan yang merasa tidak puas, hal itu dapat berdampak kepada loyalitas pelanggan The Body Shop. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hasil dari pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan The Body Shop melalui variabel kepuasan pelanggan The Body Shop.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif, dengan teknik analisis SEM PLS dan teknik pengambilan sampel *non probability* sampling dengan menggunakan rumus Bernoulli untuk menentukan jumlah sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini sebagai sampel, setelah dilakukan perhitungan sampel dengan rumus Bernoulli, terdapat 96 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden..

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa penilaian responden yang merupakan 100 orang konsumen The Body Shop di Kota Palu terhadap variabel independent citra merek berada pada kategori tinggi, selanjutnya terhadap variabel kualitas produk berada pada kategori cukup tinggi, dan pada variabel harga berada pada kategori tinggi. Sedangkan tanggapan responden terhadap variabel intervening kepuasan pelanggan berada pada kategori cukup tinggi dan terakhir pada variabel dependent loyalitas pelanggan berada pada kategori tinggi.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga dan Loyalitas Pelanggan