ABSTRAK

Perubahan gaya hidup dan pesatnya perkembangan industri kosmetik menyebabkan

kosnsumen menjadi lebih selektif dalam menentukan merek atau produk yang akan

digunakan. Wardah merupakan salah satu merek kosmetik terkemuka di Indonesia, namun,

hal utama yang memicu loyalitas konsumen terhadap Wardah masih didominasi oleh label

halal, dengan ketatnya persaingan industri kosmetik membuat banyak merek baru

bermunculan, tidak hanya merek lokal, tetapi juga masuknya merek-merek kecantikan

mancanegara. Sehingga penting bagi Wardah untuk senantiasa meningkatkan loyalitas

konsumennya. Menurut penelitian, beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen

adalah kepercayaan merek dan kualitas produk. Kepercayaan merek merupakan perasaan

aman ataupun harapan terhadap suatu merek, sedangkan kualitas produk merupakan

kemampuan suatu produk.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data deskriptif

dan analisis regresi linear berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang

menggunakan produk Wardah, dengan pembelian lebih dari dua kali. dengan jumlah sampel

yang digunakan sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara deskriptif, variabel kepercayaan

merek (X_1) , kualitas produk (X_2) dan loyalitas konsumen (Y) berada dalam kategori baik,

dengan nilai persentase akhir secara berturut-turut sebesar 77%, 77% dan 71%. Berdasarkan

teknik analisis regresi linear berganda dikethui bahwa, secara parsial, variabel kepercayaan

merek (X_1) tidak berpengaruh terhadap variabel loyalitas konsumen (Y), variabel kualitas

produk (X₂) secara signifikan berpengaruh terhadap variabel loyalitas konsumen (Y), dengan

nilai pengaruh sebesar 42,3%. Secara simultan, variabel kepercayaan merek (X₁) dan

kualitas produk (X₂) secara signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen (Y) sebesar

57,6%, dengan 42,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam

penelitian ini.

Kata Kunci: Brand Trust, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen

vi