

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK BENING'S INDONESIA

Oleh:

Ni Made Ginanti Mutia

Indonesia memiliki pasar kosmetik yang besar dengan prospek yang menjanjikan. Namun, semakin ketatnya persaingan dan beragamnya inovasi produk membuat konsumen lebih selektif dalam memilih merek. Bening's Indonesia mencatat pendapatan sebesar 13 miliar rupiah, lebih rendah dibandingkan kompetitornya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kepercayaan merek, dan harga terhadap loyalitas konsumen Bening's Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan kausalitas. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup dari 180 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria berusia minimal 17 tahun, telah membeli serta menggunakan produk Bening's lebih dari satu kali. Metode analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kepercayaan merek, dan harga berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas konsumen pada produk Bening's Indonesia

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepercayaan Merek Harga Dan Loyalitas
Konsumen**

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND TRUST, AND PRICE ON CONSUMER LOYALTY TOWARD BENING'S INDONESIA PRODUCTS

By:

NI MADE GINANTI MUTIA

Indonesia has a large and promising cosmetics market. However, increasing competition and diverse product innovations make consumers more selective in choosing brands. Bening's Indonesia recorded a revenue of 13 billion rupiah, lower than its competitors. This study aimed to test the influence of product quality, brand trust, and price on consumer loyalty toward Bening's Indonesia products. A quantitative approach with a causal design was employed. Data were collected through a closed-ended questionnaire distributed to 180 respondents selected using purposive sampling. The respondents were required to be at least 17 years old and to have purchased and used Bening's products more than once. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the help of SPSS version 21. The results showed that product quality, brand trust, and price had both partial and simultaneous effects on consumer loyalty toward Bening's Indonesia products.

Keywords: Product Quality, Brand Trust, Price, Consumer Loyalty

