

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK PADA LOYALITAS KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN *HAND AND BODY LOTION* VASELINE *HEALTHY WHITENING SOLUTION* DI BANDAR LAMPUNG

Oleh:

Priskila Matande Makka

Saat ini banyak masyarakat khususnya para wanita yang ingin tetap terlihat cantik dengan kulit bersih, lembut, dan putih. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menggunakan *hand and body lotion* Vaseline *Healthy Whitening Solution*.

Masalah yang terjadi adalah munculnya berbagai merek *hand and body lotion* di pasaran menyebabkan konsumen harus pandai memilih merek yang ada, sesuai dengan kepercayaan merek pada produk. Kepercayaan merek diharapkan dapat mempertahankan loyalitas konsumen. Penciptaan inovasi produk merupakan salah satu kegiatan pemasaran perusahaan yang efektif untuk tetap mempertahankan pelanggan, dan bahkan menciptakan loyalitas pelanggan. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu apakah kepercayaan merek berpengaruh pada loyalitas konsumen dalam menggunakan *hand and body lotion* Vaseline *Healthy Whitening Solution* di Bandar Lampung.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek pada loyalitas konsumen dalam menggunakan *hand and body lotion* Vaseline *Healthy Whitening Solution* di Bandar Lampung. Hipotesis penelitian ini adalah

H1: diduga karakteristik merek berpengaruh positif pada loyalitas konsumen dalam menggunakan *hand and body lotion* Vaseline *Healthy Whitening Solution* di Bandar Lampung, H2: diduga karakteristik perusahaan berpengaruh positif pada loyalitas konsumen dalam menggunakan *hand and body lotion* Vaseline *Healthy Whitening Solution* di Bandar Lampung, dan H3: diduga karakteristik konsumen-merek berpengaruh positif pada loyalitas konsumen dalam menggunakan *hand and body lotion* Vaseline *Healthy Whitening Solution* di Bandar Lampung. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *hand and body lotion* Vaseline *Healthy Whitening Solution* di Bandar Lampung dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* yang kemudian dilakukan analisis data dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan Kepercayaan Merek berpengaruh pada Loyalitas Konsumen *Hand and Body Lotion* Vaseline *Healthy Whitening Solution* di Bandar Lampung, berdasarkan hasil uji signifikansi ($\alpha < 0,05$). Variabel Karakteristik Konsumen-Merek (X3) memiliki pengaruh pada Loyalitas Konsumen dengan besar pengaruh terbesar sebesar 40,0%. Selanjutnya Variabel Karakteristik Perusahaan (X2) mendapat nilai pengaruh tertinggi kedua yaitu 33,8%, dan Variabel Karakteristik Merek (X1) menghasilkan nilai pengaruh paling rendah 30,4% terhadap Loyalitas Konsumen.

Saran yang diberikan berdasarkan penelitian ini diharapkan perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan karakteristik konsumen atas merek melalui peningkatan kualitas produk. Perusahaan juga sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan karakteristik perusahaan dengan tetap mempertahankan reputasi yang baik dalam berhubungan dengan pelanggan, dan perusahaan senantiasa terus meningkatkan karakteristik merek dengan lebih meningkatkan konsistensi kualitas produknya sebagai merek terbaik dalam kategori *hand and body lotion*.

Kata kunci : Kepercayaan Merek, Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Karakteristik Konsumen-Merek, Loyalitas Konsumen.