

ABSTRAK

Shelmira Nur Rachmawati NIM 1219240208 : “Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Cushion Skintific Pada Gen Z di Kota Bandung Pengguna Platform Shopee”

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh variabel citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan produk cushion merek Skintific. Fokus utama penelitian adalah untuk melihat sejauh mana kedua variabel tersebut berpengaruh secara parsial maupun simultan dalam membentuk loyalitas konsumen, khususnya di kalangan Gen Z. Latar belakang penelitian ini dilandasi oleh pesatnya perkembangan industri kecantikan di Indonesia serta persaingan yang semakin kompetitif di platform *e-commerce* seperti Shopee. Dalam konteks ini, citra merek dan kepercayaan merek dianggap sebagai faktor krusial yang dapat membentuk loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Penelitian ini dilakukan terhadap pengguna produk cushion Skintific dari kalangan Gen Z di Kota Bandung dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden. Analisis data dilakukan menggunakan bantuan program SPSS versi 26 untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa citra merek (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai t hitung sebesar 3,084 dan signifikansi 0,003. Demikian pula, kepercayaan merek (X_2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan, dengan nilai t hitung sebesar 3,586 dan signifikansi 0,001. Secara simultan, kedua variabel tersebut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai F hitung sebesar 131,159 dan signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,738 menunjukkan bahwa 73,8% variasi dalam loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh citra merek dan kepercayaan merek.

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa citra merek dan kepercayaan merek merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus menjaga citra merek yang positif serta memperkuat kepercayaan konsumen melalui transparansi, kualitas produk, dan komunikasi yang efektif.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, Loyalitas Pelanggan, Skintific, Shop