

ABSTRAK

Peran kelompok referensi ini mempengaruhi keputusan pembelian namun tidak membuat konsumen terpengaruh dalam waktu yang panjang sehingga disebut loyal terhadap produk tersebut. Tujuan dari penelitian ini peneliti tertarik ingin mengetahui apakah kelompok referensi memiliki hubungan terhadap loyalitas konsumen atau justru tidak. Cara mengetahui konsumen loyal dengan melihat pembelian selama 3 bulan terakhir dengan foto struk pembelian/ foto produk yang dimiliki. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan hubungan (korelasi) Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk kosmetik MS Glow dan tergabung dalam *group* sosial media *facebook* MS Glow, Sampel penelitian diambil dengan menggunakan teknik *accidental sampling* dan menggunakan rumus populasi tidak diketahui lemeshow untuk menentukan sampel. Teknik pengumpulan data yang digunakan merupakan metode kuesioner (*Questionnaire*) dengan jenis instrument skala ordinal. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan, uji asumsi klasik, uji hipotesis dengan korelasi rank spearman.

Kata Kunci : Kelompok Referensi, Loyalitas Konsumen