

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *SUNSCREEN GEL* AZARINE

Oleh Sabina Aulia Putri

Abstrak

Azarine sunscreen gel merupakan salah satu produk skincare lokal yang memimpin pasar sunscreen di Indonesia. Namun, loyalitas pelanggan terhadap merek ini menghadapi tantangan seperti penurunan ulasan positif yang merupakan bentuk rekomendasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan *sunscreen gel* Azarine secara parsial. Populasi dari penelitian ini merupakan pengguna *sunscreen gel* Azarine yang berumur lebih dari 17 tahun dan beraktivitas di Jakarta Selatan serta sampel yang ditetapkan pada penelitian ini berjumlah 100. Analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data deskriptif dan inferensial menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan software SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan (1) kualitas produk dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, (2) citra merek tidak dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, dan (3) kepercayaan merek dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek.

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND BRAND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY FOR AZARINE SUNSCREEN GEL

By Sabina Aulia Putri

Abstract

Sunscreen gel Azarine is one of the leading local skincare products in the sunscreen market in Indonesia. However, customer loyalty towards this brand faces challenges such as a decline in positive reviews, which are a form of recommendation. This quantitative study aims to determine the influence of product quality, brand image, and brand trust on customer loyalty for Azarine sunscreen gel partially. The population of this study consists of users of Azarine sunscreen gel aged over 17 years who are active in South Jakarta, with a sample size of 100 respondents. Data analysis was conducted using descriptive and inferential statistical techniques with Partial Least Square (PLS) analysis using SmartPLS 4.0 software. The results of the study indicate that (1) product quality influences customer loyalty, (2) brand image does not influence customer loyalty, and (3) brand trust influences customer loyalty.

Keywords: Customer Loyalty, Product Quality, Brand Image, and Brand Trust.