

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN KOSMETIK EMINA DI KOTA BOYOLALI)**

Selviyana Dwi Puspita, 2017081006

Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni

Universitas Sahid Surakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen (studi pada konsumen kosmetik Emina di kota Boyolali). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh responden kosmetik Emina yang berada di kota Boyolali. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 116 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan variabel citra merek dan harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Variabel yang paling dominan dalam penelitian ini adalah kualitas produk. Serta nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai R Square sebesar 28,9% yang artinya bahwa kualitas produk, citra merk, harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, sedangkan sisanya 71,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**Kata Kunci** : kualitas produk, citra merek, harga, dan loyalitas konsumen.

## ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing consumer loyalty (a study on Emina cosmetic consumers in Boyolali). The research method used a quantitative descriptive. The population was all Emina cosmetic respondents in Boyolali. The sampling technique used the Slovin formula so that a total sample of 116 respondents was obtained. The results show that the variable product quality affects consumer loyalty. Meanwhile, brand image and price variables do not affect consumer loyalty. The most dominant variable in this study is product quality. The coefficient of determination is found in the R Square value of 28.9%, which means that product quality, brand image, and price affect consumer loyalty, while the 71.1% is explained by other variables not discussed in this study.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Price, and Consumer Loyalty.

