

ABSTRAK

Zaman modern seperti saat ini, kosmetik ialah hal yang paling dekat dengan kehidupan masyarakat, khususnya wanita karier. Banyaknya produk-produk kosmetik yang hadir di tanah air Indonesia membuat persaingan yang ketat karena produk kosmetik dari mancanegara ikut meramaikan pasar kosmetika di Indonesia. Salah satu produk kosmetik mancanegara tersebut ialah Revlon yang telah lebih dari 54 tahun di Indonesia. Berdasarkan hasil survey lapangan ditemukan kecenderungan produk yang paling populer dari Revlon ialah produk lipstiknya yang dimana survey ini dilakukan di Aci Kosmetik Balikpapan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh dari elemen-elemen *Product Quality*, *Service Quality*, *Brand Image*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada produk lipstik Revlon.

Setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis, data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 150 responden dengan syarat usia 20-65 tahun. Untuk pengolahan dan penganalisaan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan SPSS 22.0 sebagai software untuk mengolah data. Data yang diperoleh adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan data secara kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi: uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t, serta analisis koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Product Quality*, *Service Quality*, *Brand Image* dan *Customer Satisfaction* secara positif mempengaruhi *Customer Loyalty*. Dimana *Product Quality* secara positif mempengaruhi *Customer Loyalty* dengan koefisien regresi sebesar 0.227. *Service Quality* secara positif mempengaruhi *Customer Loyalty* dengan koefisien regresi sebesar 0.190. *Brand Image* secara positif mempengaruhi *Customer Loyalty* dengan koefisien regresi sebesar 0.026. *Customer Satisfaction* secara positif mempengaruhi *Customer Loyalty* dengan koefisien regresi sebesar 0.268. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh yang paling tinggi terhadap *Customer Loyalty*.

Kata kunci: *Product Quality*, *Service Quality*, *Brand Image*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*.

ABSTRACT

At Modern era like this, cosmetics is the closest thing to the life of society, especially women's career. The number of cosmetic products that are present in Indonesia made a tough competition because of foreign cosmetic products that enliven the cosmetics market in Indonesia. One of the foreign product is Revlon cosmetics that have more than 54 years in Indonesia. Based on the results of the field survey found that the most popular trend products from Revlon is lipstick and the survey was conducted in Aci Cosmetics Balikpapan. This research is aimed to analyze and test the effect of the elements of Product Quality, Service Quality, Brand Image, and Customer Satisfaction towards Customer Loyalty on Revlon lipstick products.

After conducting the literature review and hypothesis formulation, the data are collected through questionnaires that are submitted to 150 respondents with 20-65 years old. For processing and analyzing data in this research is by using SPSS 22.0 as software for data processing. The data are obtained using purposive sampling technique then conduct the analysis data by quantitative method. Quantitative analysis concludes: validity and reability test, classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing via t test and analysis coefficient determination (R^2).

The results showed that the Product Quality, Service Quality, Brand Image and Customer Satisfaction positively affect Customer Loyalty. Where Product Quality positively affect Customer Loyalty with a regression coefficient of 0.227. Service Quality positively affect Customer Loyalty with a regression coefficient of 0.190. Brand Image positively affect Customer Loyalty with a regression coefficient of 0.026. Customer Satisfaction positively affect Customer Loyalty with a regression coefficient of 0.268. These findings indicate that the Customer Satisfaction has the highest influence on Customer Loyalty.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.