

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen pengguna produk Natasha Skin Care di Kota Padang. Dalam riset ini digunakan sebanyak 100 orang responden di Kota Padang yang pernah membeli dan menggunakan skin care merek Natasha Minimal 2 kali dalam dua belas bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Proses pengumpulan data dilakukan dengan survei yang melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan secara random kepada target responden yang memenuhi prosedur kriteria sampel yang ditetapkan. Pada riset ini metode analisis data yang digunakan adalah regresi berganda sedangkan pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan uji t-statistik. Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis pertama ditemukan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kota Padang pada produk Natasha Skin Care, selanjutnya pada tahapan pengujian hipotesis kedua juga ditemukan kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Kota Padang pada produk Natasha Skin Care.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This study aims to demonstrate and analyze the influence of brand image and brand trust on consumer loyalty among Natasha Skin Care users in Padang City. This study recruited 100 respondents in Padang City who had purchased and used Natasha skincare products at least twice in the past twelve months. The sampling technique used was purposive sampling. Data collection was conducted through a survey, which randomly distributed questionnaires to target respondents who met the established sampling criteria. The data analysis method used was multiple regression, while hypothesis testing was conducted using the t-statistic. The results of the first hypothesis test found that brand image had a positive and significant effect on consumer loyalty in Padang City for Natasha Skin Care products. Furthermore, the second hypothesis test also found that brand trust had a positive and significant effect on consumer loyalty in Padang City for Natasha Skin Care products.

Keywords: Brand Image, Brand Trust, and Consumer Loyalty