

ABSTRAK

Fitri Rohmadani. 2026. *Pengaruh Brand Trust, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Viva Cosmetics (Studi pada Konsumen di Kota Madiun)*. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S. E., M. M., Pembimbing (II) Dr. Apriyanti S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand trust*, harga, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk Viva Cosmetics di Kota Madiun. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 384 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand trust*, harga, dan kualitas produk masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan kualitas produk sebagai variabel yang memberikan pengaruh paling dominan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan terhadap merek, penetapan harga yang sesuai, dan pemeliharaan kualitas produk yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan Viva Cosmetics.

Kata Kunci: *Brand Trust*, Harga, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, Viva Cosmetics.

ABSTRACT

Fitri Rohmadani. 2026. The Influence of Brand Trust, Price, and Product Quality on Customer Loyalty toward Viva Cosmetics Products (A Study of Consumers in Madiun City). Undergraduate Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Madiun. Advisor I: Dr. Rizal Ula Ananta Fauzi, S.E., M.M. Advisor II: Dr. Apriyanti, S.E., M.M.

This study aims to examine the effect of brand trust, price, and product quality on customer loyalty toward Viva Cosmetics products in Madiun City. A quantitative approach with a survey method was employed involving 384 respondents selected through purposive sampling. The data were analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS.

The results show that brand trust, price, and product quality each have a positive and significant effect on customer loyalty. Simultaneously, these three variables also have a positive and significant effect on customer loyalty, with product quality being the most dominant factor. These findings indicate that strengthening brand trust, offering appropriate pricing, and maintaining high product quality are essential to improving customer loyalty toward Viva Cosmetics.

Keywords: *Brand Trust, Price, Product Quality, Customer Loyalty, Viva Cosmetics.*