

**PENGARUH KEMASAN, HARGA, KESADARAN MEREK
DAN NILAI KONSUMSI TERHADAP LOYALITAS
MEREK PRODUK KECANTIKAN
(Studi Kasus Pada Larissa Aesthetic Center di Surabaya)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Manajemen



Oleh :

ANDHITA DWI NURWANTI

NIM :2012210804

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

**PENGARUH KEMASAN, HARGA, KESADARAN MEREK
DAN NILAI KONSUMSI TERHADAP LOYALITAS
MEREK PRODUK KECANTIKAN
(Studi Kasus Pada Larissa Aesthetic Center di Surabaya)**

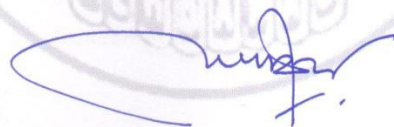
Disusun oleh :

Andhita Dwi Nurwanti

2012210804

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen pembimbing,
Tanggal : 26 Januari 2016



(Mochamad Nurhadi, S.Kom.,M.M.)

SKRIPSI

**PENGARUH KEMASAN, HARGA, KESADARAN MEREK
DAN NILAI KONSUMSI TERHADAP LOYALITAS
MEREK PRODUK KECANTIKAN
(Studi Kasus Pada Larissa Aesthetic Center di Surabaya)**

Disusun oleh :

Andhita Dwi Nurwanti

2012210804

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 23 Februari 2016

Tim Penguji

Ketua : Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., MM.

Sekretaris : Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M.

Anggota : Drs. Ec. Harry Widyantoro, M.Si

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Andhita Dwi Nurwanti
Tempat, Tanggal Lahir : Mojokerto, 09 Maret 1994
N.I.M : 2012210804
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Pemasaran
Judul : Pengaruh Kemasan, Harga, Kesadaran Merek, dan Nilai Konsumsi Terhadap Loyalitas Merek Produk Kecantikan (Studi Kasus Pada Larissa *Aesthetic Center* di Surabaya)

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen,
Tanggal : 07-4-2016

Dosen pembimbing,
Tanggal : 28-3-2016



(Dr. Muazaroh.S.E.,M.T)



(Mochamad Nurhadi, S.Kom.,M.M.)

HALAMAN MOTTO

Hidup itu singkat, maka lakukan segalanya dengan yang terbaik dan penuh semangat. apapun masalahnya jangan sampai ada penyesalan di akhir yang tiada guna.

Lakukan yang terbaik atau tidak sama sekali.

Allah itu tidak pernah tidur.. Dia tau kamu melakukan proses yang baik entah tidak. Hasil akan menjawab semuanya.

Masing - masing antara kita telah memiliki remot kontrol, so jangan pernah remot kontrol kita berhasil dipegang oleh orang lain.

Cantik fisik itu bonus, kalo cantik hati itu pilihan. Dan kita wajib untuk itu ..

Keep Smile and Fight ☺

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kepada Allah SWT karena limpahan berkat dan rahmat-Nya telah memberikan kesehatan, perlindungan, kelancaran, kemudahan, dan segalanya dalam hidup ini. Syukur Alhamdulillah Engkau telah memberikan kesempatan ini dan Engkau kabulkan doa hamba, sehingga bisa menyelesaikan gelar Sarjana ini 3,5 tahun dan sesuai dengan apa yang saya harapkan. Meskipun pada awalnya cukup banyak masalah yang membuat sedikit patah semangat. Dorongan dari orang terdekat membuat saya bangkit untuk menyelesaikan skripsi kitab kuning.

Dalam penulisan skripsi ini begitu banyak dukungan, bantuan dan doa yang saya peroleh, oleh karena itu saya ucapkan banyak terima kasih dan saya persembahkan karya sederhana ini untuk :

1. Kedua Orangtua dan Keluarga

Terima kasih untuk kedua orangtua saya Ibu Sriyatun dan Ayah Suwarno atas segala dukungan yang ayah dan ibu kasih baik secara materil maupun moril, sampek akhirnya Dhita bisa nyelesaiin skripsi dan bisa lulus sesuai cita – cita yang dhita janjikan yaitu 3,5 tahun. Terima kasih selalu semangatn Dhita saat Dhita mulai lelah dan selalu ingetin ngerjain skripsi kalo Dhita kelayapan dan mintak uang jajan terus. Terima kasih juga ayah dan ibuku atas kasih sayang, pengorbanan, dan perjuangan kalian selama dhita menempuh studi ini, sayang kalian. Kalian nafas dhita.. Terimakasih

untuk semuanya ya ibu dan ayah, panjang umur yaaa I LOVE YOU
.*

Makasih juga buat mas Ribut mbak weny , adek Kevin, ante kembar ante ante susi fams dan ante tatik fams, om hadi fams dan keluarga lainnya yang selalu ngedoain luar biasa biar cepat kelar skripsinya. Makasii juga kalian telah memberikan keceriaan dengan kebersamaan keluarga yang bahagia ini sehingga bisa memberikan motivasi dhita untuk terus semangat dalam mengejar cita-cita. terimakasih buat semua keluarga besar yang selalu ngedukung pokonya kalian anugrah yang luar biasaa.

2. Dosen Pembimbing

Terima kasih banyak buat **Bapak Mochamad Nurhadi, S.Kom.,M.M.** yang banyak luangin waktunya dan tenaganya untuk membimbing saya sangat sabar sampai menyelesaikan skripsi hingga tuntas. Maaf selama bimbingan Dhita banyak merepotkan Pak Nurhadi.

3. Dosen Penguji

Terima kasih kepada **Prof. Dr. Dra. Psi. Tatik Suryani, MM dan DRS. EC. Harry Widyanoro, M.Si** selaku dosen penguji yang banyak memberikan perbaikan sehingga karya tulis skripsi ini semakin baik dan layak untuk di publikasikan.

4. Dosen Wali

Terima kasih banyak buat **Ibu Angraeni, S.E., M.Si** yang dari awal semester hingga akhir semester ini selalu memberi arahan, dan motivasi selama studi.

5. Kesayanganku

Terima kasih banget buat **Ach. Wildan Arifiana Badruddin, SE** (yeyeee akhirnya kita uda sama-sama SE nya) yang selalu ngasi suport, motivasi biar cepet kelar nyusul kamu. Makasi juga meskipun kamu pontang-panting nyari kerjaa selalu nemenin ngerjain, nemenin survey ke Larissa nyebar kuesioner, bantu edit edit skripsi nya, Nemenin sidang proposal dan ga bisa nemenin sidang skripsi karena sudah merantau. but, Makasii juga selalu ada dan selalu sabar pas dhita lagi moody, pokonya makasi yaa mas buat semuanya dan doa doa nya. sukses buat kerjanya. Sekarang ayo kita cepet ngewujutin mimpi-mimpi kita bareng yaa. LOVEUTOOSOMUCHNEVERENDbeby :*

6. Teman Seperjuangan

Terima kasih buat **Irma Damayanti** temen sekosan sekaligus temen dari Harmoni sekaligus temen dari semester satu meskipun ditengah semester kita uda kepisah gak sekelas karna sudah beda konsentrasi. Makasii buat semua nya ya irma dari bantuin ngerjain tugas, dari geje bareng sampek ngerjain skripsi, dibantuin nyebar kuesioner dibantuin apalah apalah, juga selalu ngasii suport dan doa biar cepet kelar bareng-bareng hehehe. Terima kasih buat temen seimbang satu satunya **Rahmi Dina Parindury** yang selalu

susah dan bingung ngerjain skripsinya bareng bareng hihiii. Bingung juga waktu deadline kita nyebar kuesioner aja belum akibat ada aja masalah padahal anak lain uda pada dijilid hehehe. Akhirnya kita selse nyelsein kitab kuning ini. Semangat lanjut S2 ya dek..

Buat **Tika Tagfirucha** juga temen sekosan, kamu selalu ngasii semangat jugaa buat nyelsein skripsi ini. Kamu juga temen terajin diantara kita, jadi bikin gupuh kamunya sudah acc aku masih nyebar kuesioner hehehe. Tapi akhirnya kita bisa lulus bareng-bareng yaa. Buat **Feby Dwi Arifianti** cepet nyusulin kita yaa, semangat buat nerusin S1 nya. Pokonya buat Irma, Feby, Tika kalian betiga temen tergeje dikosan sekaligus temen curhat dikala lelah kuliah tapi sama sama ngasii semangat biar cepet lulus dari kampus ijo. Sukses buat kita kedepannya. Aminn..

Terima kasih juga buat **genk Kapak** yang pernah ada ☺ irma Damayanti . Yunitha ardian P . Rika Novitasari . Fariz Maulana P . M.Zulfikri Oktada. Ratna yunitha . windra Eka . rahmi Dina P .. kalian temen nongki pas di Surabaya. Thanksfull gaess buat kebersamaan yang singkat itu, meskipun pada akhirnya hampir ga pernah nongki karena kesibukan masing-masing hihiii. makasii yaa buat semangat semangatnya juga. Buat Ulfi cepet nyusulin kita yaa kaka, Semangat yang otw skripsweetnya. Semoga nanti ditengah tengah kesibukan kita bisa luangin waktu buat kumpul bareng.

Terima kasih juga buat temen temen seperjuangan lainnya Margareth, Nadiani Z . Beatrice Tiara VAP. Anggi Wardana . Eko Ariful . Wahid zaeni, Veri, dan temen-temen lainnya yang gak bisa

disebutin satu satu, makasi buat selalu ngasi suport bareng terutama buat temen temen anak Pemasaran thanksfull buat pertemanan yang singkat. Sukses buat kita semua ya rekk..

Terima kasih bukan buat temen seperjuangan tapi buat kaka tingkat terkece. Buat ka Sintha, ka Amal, ka Gilang, ka Uswa, ka Risti, ka Desy. Selamat ya kalian yang telah SE duluan dan sukses buat kerjanya. Kaka kaka ku makasii yaa, dhita banyak banget belajar dari kalian. Makasi selalu nasehati dhita, ngajarin dhita nulis skripsi yang bener, pokonya kalian kaka kaka yang baik banget. Seneng bisa kenal kalian bisa belajar banyak hal tentang di kampus. Makasi banget buat semua terlebih buat ka gilang yang telah menjadi perantara. makasii buat bonus nya tanpa kenal ka gilang, tanpa ada acara SSM mungkin sampai saat ini juga dhita ga bisa kenal sama mas wildan hehehe, makasii kak. Buat ka Eka dan lbri sampai ketemu di Prom night dan acara Wisuda yaa . akhirnya kita bisa lulus bareng :D

Terima kasih kepada **sahabat Congek**. Rindy Lailil B, Eryka dyah P, Iin Pratiwi SV, Rebecca Putri AT, Christanti, Elisha Dwi meskipun jauh dimata dekat dihati karena kesibukan masing-masing tetep bisa luangin waktu buat curhat bareng masalah sekolah, cinta, keluarga. Kalian temen dari SMA yang awet yaa, semoga selalu awet. Tante-tante ku makasi buat suport dan motivasi nya yaa sampek akhirnya dhita bisa lulus Sarjana juga berkat suport dan doa doa kalian. Semoga kita cepet sukses bareng bair cepet ngewujutin mimpi kita buka usaha. Hehehehe

7. STIE Perbanas Surabaya

Terima kasih banyak sudah jadi tempat saya menimba ilmu untuk Sarjana, memberi pengalaman yang luar biasa, mempertemukan saya dengan banyak teman baru dengan berbagai macam suku dan agama. Perbanas memang kampus yang tepat untuk saya menyiapkan diri di persaingan kerja. Senang sekali bisa menjadi keluarga Perbanas kampus ijo. Sukses selalu buat STIE Perbanas Surabaya. Saya selalu memegang janji almamater.

8. Larissa *Aesthetic Center* Surabaya

Terima kasih banyak buat Supervisor dan Grand Manajer Larissa *Aesthetic Center* Surabaya sudah berkenan membolehkan Larissa *Aesthetic center* menjadi objek penelitian saya, meskipun di awal prosedur untuk menyebar kuesioner panjang sekali. Akhirnya saya dibolehkan untuk menyebarkan kuesioner dan meminta data yang saya butuhkan untuk penelitian saya ini . terimakasih..

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ **Pengaruh Kemasan, Harga, Kesadaran Merek, dan Nilai konsumsi Terhadap Loyalitas Merek Produk Kecantikan (Studi Kasus Pada Larissa Aesthetic Center di Surabaya)**” Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Program Studi Manajemen di STIE Perbanas Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, sepantasnya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Lutfi, S.E, M.Fin. Selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh.S.E.,M.T selaku Ketua Program Sarjana Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Ibu Angraeni, S.E., M.Si selaku dosen wali yang selalu membantu mengarahkan selama proses program studi.
4. Bapak Mochamad Nurhadi, S.Kom.,M.M. Selaku dosen pembimbing yang berperan sangat penting atas penyelesaian skripsi ini.
5. PT. Larissa *Aesthetic Center* Surabaya selaku objek penelitian ini yang sudah memberikan data yang diperlukan selama penelitian ini.

6. Kedua Orangtua yang selalu mendoakan sehingga saya menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang turut mendukung

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk pihak-pihak yang membutuhkan, dan penulis menyadari masih ada kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu penulis memohon maaf apabila ada kesalahan ataupun kekurangan dalam skripsi ini.

Surabaya, Maret 2016

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRACT	xii
ABSTRAK	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	12
1 Manilall Dhurup, Chengedzai Mafani, Tshepiso Dumasi (2014).....	12
2 Burcu candan, Sevtap Unal, Aysel Ercis (2013).....	14
2.2 LandasanTeori	16
2.2.1 Kemasan.....	16
2.2.2 Harga.....	18
2.2.3 Kesadaran Merek.....	20
2.2.4 Nilai Konsumsi.....	21
2.2.5 Loyalitas Merek.....	22
2.3 Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1 Kemasan Terhadap Loyalitas Merek	26
2.3.2 Harga Terhadap Loyalitas Merek	26
2.3.3 Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	27
2.3.4 Nilai Konsumsi Terhadap Loyalitas Merek.....	27
2.4 Kerangka Pemikiran.....	27
2.5 Hipotesis Penelitian.....	28

BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Rancangan Penelitian.....	30
3.2	Batasan Penelitian.....	31
3.3	Identifikasi Variabel Penelitian.....	31
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
3.4.1	Definisi Operasional	32
3.4.2	Pengukuran Variabel	36
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.5.1	Populasi Penelitian	37
3.5.2	Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.6	Instrumen Penelitian	39
3.7	Data dan Metode Pengumpulan Data	42
3.7.1	Data.....	42
3.7.2	Teknik Pengumpulan Data	43
3.8	Uji Validitas dan Realibilitas	43
3.8.1	Uji Validitas	43
3.8.2	Uji Realibilitas	44
3.9	Teknik Analisis Data.....	45
3.9.1	Analisis Deskriptif.....	45
3.9.2	Analisis Statistik.....	45
BAB IV	GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
4.1	Gambar Subyek Penelitian.....	53
4.1.1	Karakteristik Responden.....	54
4.2	Analisis Data.....	56
4.2.1	Uji Validitas.....	56
4.2.2	Uji reliabilitas.....	59
4.2.3	Uji Deskriptif.....	60
4.2.4	Uji Normalitas.....	72
4.2.5	Uji Multikolinearitas	73
4.2.6	Uji Autokorelasi	75
4.2.7	Uji Heteroskedastisitas	76
4.2.8	MRA	77
4.3	Pembahasan	79
4.3.1	Hubungan Antara Kemasan dengan Loyalitas merek.....	83
4.3.2	Hubungan Antara Harga dengan Loyalitas merek.....	84
4.3.3	Hubungan Antara Kesadaran Merek dengan Loyalitas merek	85
4.3.4	Hubungan Antara Nilai konsumsi dengan Loyalitas merek	82
BAB V	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Keterbatasan Penelitian	89
5.3	Saran.....	90

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pangsa Pasar <i>Skin Care</i> di Indonesia.....	4
Tabel 1.2	Penetapan Kemasan Harga Produk Kecantikan di Indonesia.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1	Instrumen Kuesioner Penelitian	40
Tabel 3.2	Kriteria Analisis Nilai Durbin Waston	47
Tabel 4.1	Data Kuesioner Penelitian	53
Tabel 4.2	Gambaran Reponden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.3	Gambaran Responden Berdasarkan Umur	55
Tabel 4.4	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	57
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Sambel Besar	58
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	59
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar	60
Tabel 4.9	Hasil Deskriptif (Kemasan)	61
Tabel 4.10	Hasil Uji Deskriptif (Harga)	62
Tabel 4.11	Hasil Uji Deskriptif (Kesadaran Merek)	64
Tabel 4.12	Hasil Uji Deskriptif (Nilai Konsumsi)	66
Tabel 4.13	Hasil Uji Deskriptif (Loyalitas Merek)	69
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikoliniearitas	74
Tabel 4.16	Hasil Uji Autokorelasi	75
Tabel 4.17	Hasil Uji Heteroskedastisitas	76
Tabel 4.18	Model MRA.....	77
Tabel 4.19	Hasil Uji Statistik Simultan (Uji F)	79
Tabel 4.20	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	81
Tabel 4.21	Tabel 2.20 Hasil Uji Parsial (Uji t)	82

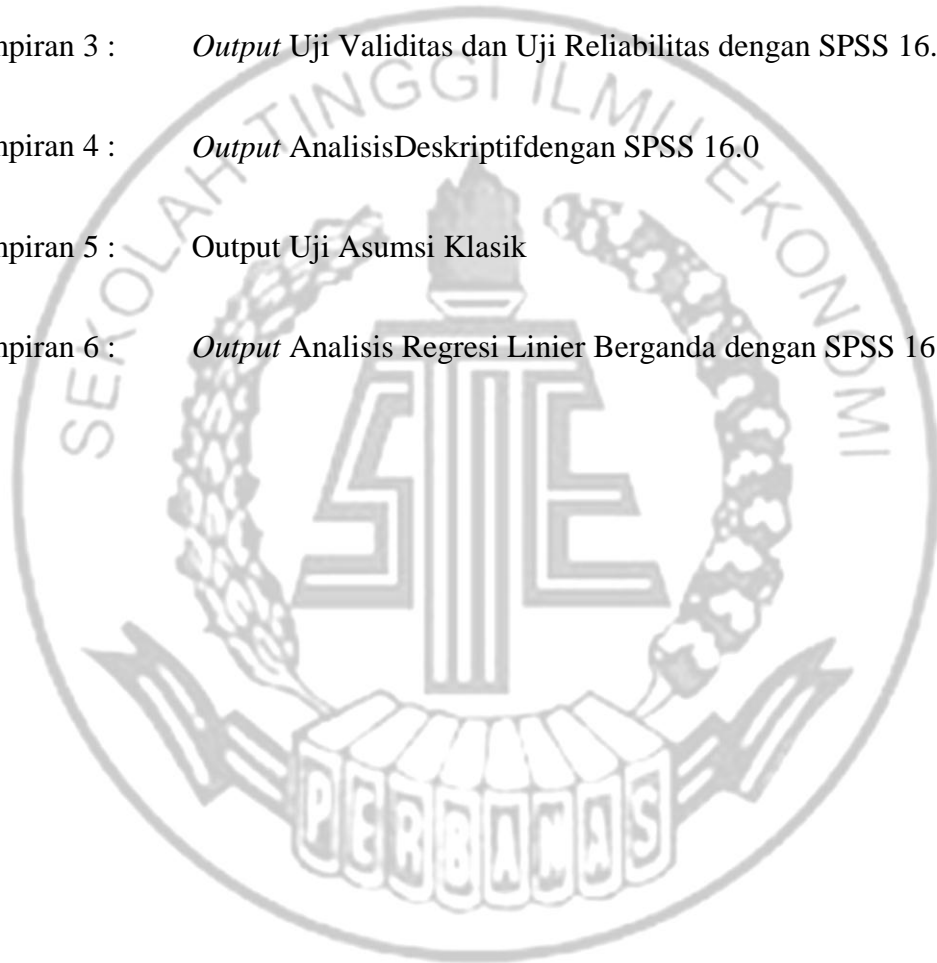
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Nilai Konsumsi	21
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	28



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner dan Tabulasi Data
- Lampiran 2 : *Output* Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan, Umur, dan Jenis Kelamin dengan SPSS 16.0
- Lampiran 3 : *Output* Uji Validitas dan Uji Reliabilitas dengan SPSS 16.0
- Lampiran 4 : *Output* Analisis Deskriptif dengan SPSS 16.0
- Lampiran 5 : Output Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 : *Output* Analisis Regresi Linier Berganda dengan SPSS 16.0



***THE INFLUENCE OF PACKAGING, PRICE, BRAND
AWARENESS, AND CONSUMTION VALUE ON
BRAND LOYALTY BEAUTY PRODUCT
(Case Study on Larissa Aesthetic Center of Surabaya)***

Andhita Dwi Nurwanti

STIE Perbanas Surabaya

Email: Andhitanurwanti09@gmail.com

Jl. Nginden Semolo No 34-36 Surabaya

ABSTRACT

Brand loyalty created as a very important indicator in measuring the success of a business in the broad market, given that more and more competition among other brands similar. To create brand loyalty companies need to understand consumer desires and whether the consumer motivation when it will have a product. Beauty products are made from naturally no negative effect is needed by the consumer, and the products Larissa Aesthetic Center is able to answer the needs of these consumers. The goal of this effort is to analyze the influence of packaging, price, brand awareness and consumption value on brand loyalty. The reason of this study to prove the relationship between brand loyalty factors related beauty products: packaging, price, brand awareness and consumption value. This research method is done by the quantitative survey approach in beauty products, while descriptive statistics and multiple regression analysis is used to analyze and draw conclusions. 120 randomly selected survey of consumers Larissa Aesthetic Center in Surabaya, Indonesia. 102 evaluated the correct finish. The results showed that simultaneous packaging, price, brand awareness and consumption value have a significant effect on brand loyalty. This study shows that the company must carry out the effectiveness of the packaging, price, brand awareness and value of consumption in order to increase the brand loyalty regarding beauty products.

Keywords : *Pakacging, Price, Brand Awareness, Consumtion Value, Brand Loyalty.*

***PENGARUH KEMASAN, HARGA, KESADARAN MEREK DAN
NILAI KONSUMSI TERHADAP LOYALITAS MEREK
PRODUK KECANTIKAN
(Studi Kasus Pada Larissa Aesthetic Center di Surabaya)***

Andhita Dwi Nurwanti

STIE Perbanas Surabaya

Email: Andhitanurwanti09@gmail.com

Jl. Nginden Semolo No 34-36 Surabaya

ABSTRAK

Loyalitas merek penting diciptakan sebagai indikator yang sangat penting dalam mengukur keberhasilan sebuah bisnis di pasar luas, mengingat saat ini semakin banyak kompetisi di antara merek-merek lain yang sejenis. Untuk menciptakan loyalitas merek perusahaan harus memahami keinginan konsumen dan apakah motivasi konsumen tersebut ketika akan memiliki produk. Produk kecantikan yang berbahan dasar alami tidak memberikan efek negatif adalah yang dibutuhkan oleh konsumen, dan produk *Larissa Aesthetic Center* mampu menjawab kebutuhan konsumen tersebut. Tujuan dari upaya ini adalah untuk menganalisis pengaruh kemasan, harga, kesadaran merek, dan nilai konsumsi terhadap loyalitas merek. Alasan dari penelitian ini untuk membuktikan hubungan antara loyalitas merek produk kecantikan terkait faktor : kemasan, harga, kesadaran merek, dan nilai konsumsi. Metode penelitian ini dilakukan dengan pendekatan survei kuantitatif dalam produk kecantikan, sementara statistik deskriptif dan analisis regresi berganda digunakan untuk analisis dan menarik kesimpulan. 120 survei diacak dipilih dari konsumen *Larissa Aesthetic Center* di Surabaya, Indonesia. Yang benar menyelesaikan 102 dievaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kemasan, harga, kesadaran merek dan nilai konsumsi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek. Penelitian ini menunjukkan bahwa pihak perusahaan harus melakukan efektifitas kemasan, harga, kesadaran merek dan nilai konsumsi dalam rangka meningkatkan loyalitas merek mengenai produk kecantikan.

Kata Kunci : Kemasan, Harga, Kesadaran Merek, Nilai Konsumsi dan Loyalitas Merek