**ABSTRAK**

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK KOSMETIK PIXY**

**(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT**

**JALAN GARU II-A KELURAHAN**

**HARJOSARI 1 MEDAN)**

**MIRA YANTI BR HASIBUAN**

**173114142**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Kosmetik Pixy. Sampel penelitian ini adalah sebanyak 75 orang masyarakat Jalan Garu II-A Kelurahan Harjosari 1 Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Sederhana, Uji T dan Koefisien Determinasi. Uji kesesuaian dengan menggunakan uji t dilakukan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel independen dengan variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan. Berdasarkan dari uji t menunjukkan bahwa diperoleh Sig 0,00 < 0,05 dan t hitung 5,998 > t tabel 1,993 maka ha diterima artinya adanya kepercayaan merek (X) yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada produk kosmetik pixy (Y) studi kasus pada masyarakat jalan garu ii-a kelurahan Harjosari 1 Medan. Berdasarkan uji determinasi, diketahui R square menunjukkan koefisien determinasi adalah 0,330. Artinya persentase sebesar 33,0% memberikan pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan pada produk kosmetik pixy. Dan sisanya 67,0% dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci : Kepercayaan Merek, Loyalitas Pelanggan**