

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, LABEL HALAL, *PRODUCT QUALITY*,  
DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*  
PADA KOSMETIK WARDAH**

(Survei Pada Pelanggan Kosmetik Wardah di Daerah Istimewa Yogyakarta)

**NIHA AYU SEPTIAS**

**NIM. 141180036**

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[nihaayu46@gmail.com](mailto:nihaayu46@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image*, label halal, *product quality*, dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*. Penelitian ini merupakan penelitian survei, dengan alat pengumpulan datanya adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan kosmetik wardah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban 100 responden dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama-sama (simultan) dan uji t secara parsial. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: 1)*brand image* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, 2)label halal mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, 3)*product quality* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, 4)*customer satisfaction* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*.

**Kata Kunci :** *Brand image*, Label halal, *Product quality*, *Customer satisfaction*, dan *Customer loyalty*