

INTISARI

Saat ini, produk *herbal skincare* menjadi populer seiring dengan meningkatnya kekhawatiran konsumen mengenai bahan sintesis yang menyebabkan efek samping negatif. *Herborist* merupakan merek *herbal skincare* pendatang baru asli Indonesia dan saat ini belum menjadi salah satu dari 10 merek kosmetik terkenal di Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran persepsi konsumen mengenai kualitas, harga dan keamanan produk *Herborist* serta pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen. Pengumpulan data dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* menggunakan *purposive dan snowball sampling*. Penyebaran kuesioner pada konsumen dilakukan secara *online* dengan menggunakan *google form* untuk mempermudah mencangkup wilayah yang lebih luas. Diperoleh 400 responden dengan kriteria wanita yang pernah membeli dan menggunakan produk *Herborist* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif, kualitatif dan deskriptif serta metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, hasil menunjukan bahwa rata-rata konsumen setuju bahwa *Herborist* memiliki kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau, dan aman untuk digunakan. Persepsi kualitas, harga, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen produk *Herborist*, baik secara parsial maupun simultan. Persepsi kualitas memiliki pengaruh paling kuat sedangkan, persepsi keamanan memiliki pengaruh paling lemah terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: *Herborist*, loyalitas konsumen, persepsi harga, persepsi keamanan, persepsi kualitas.

ABSTRACT

Herbal skincare products are becoming more popular nowadays as consumers' concern regarding the negative side effects of synthetic ingredients are rising as well. Herborist is a newcomer herbal skincare brand from Indonesia and currently has not become one of the 10 famous cosmetic brands in Indonesia. This research was conducted to determine the description of consumer perceptions regarding the quality, price and safety of Herborist products and its influence on consumer loyalty. Questionnaires are distributed online by using google forms to make it easier to cover a wide area. Data collection is done by nonprobability sampling method using purposive and snowball sampling. There were 400 respondents obtained with the criteria of women who have bought and used Herborist products in Indonesia. This research used quantitative, qualitative and descriptive analysis methods. The obtained data was then analyzed by using multiple linear regression method with the help of SPSS software. Based on the conducted research, the results showed the average consumer agrees that Herborist has good product quality, affordable prices and safe to use. Perceived quality, price and safety have a significant effect on the Herborist consumer loyalty products, both partially and simultaneously. Quality perception has the strongest influence whereas, security perception has the weakest influence on the consumer loyalty.

Keywords: consumer loyalty, Herborist, price perception, quality perception, security perception.