

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh desain produk, citra merek, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian untuk meningkatkan loyalitas konsumen dimana keputusan pembelian sebagai variabel intervening pada pengguna produk *Viva Cosmetics* di Kabupaten Grobogan. Subjek penelitian ini yaitu pengguna produk *Viva Cosmetics* di Kabupaten Grobogan.

Penelitian ini dilakukan dengan jumlah sampel sebanyak 153 responden. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan tipe *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM merupakan alat analisis gabungan dari dua metode statistik yang terpisah yaitu analisis faktor dan model persamaan simultan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain produk dan keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan citra merek dan persepsi harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Berikutnya, variabel citra merek dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan desain produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Desain Produk, Citra Merek, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian, dan Loyalitas Konsumen.