

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk Kahf Facewash. Berdasarkan model kualitas–kepuasan–loyalitas, penelitian ini mengajukan bahwa kepuasan berperan sebagai variabel mediasi antara kualitas produk dan loyalitas, serta memberikan pemahaman baru mengenai perilaku konsumen pada segmen perawatan kulit pria.*

*Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 100 konsumen pengguna Kahf Facewash dalam 3 bulan terakhir. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan SMART-PLS 4. Variabel kualitas produk, kepuasan, dan loyalitas diukur melalui indikator terstandar dan dianalisis secara kolektif untuk mengetahui hubungan antarvariabel.*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan terbukti memediasi hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan, sehingga menegaskan perannya yang penting.*

*Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun kualitas produk merupakan faktor utama, perusahaan perlu memperkuat strategi kepuasan dan keterlibatan konsumen agar dapat menciptakan loyalitas jangka panjang. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis mengenai peran kepuasan sebagai variabel mediasi serta implikasi praktis bagi Kahf maupun merek sejenis dalam mengembangkan strategi pemasaran dan retensi pelanggan.*

**Kata kunci:** *Kualitas produk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, Kahf Facewash.*