

ABSTRAK

Pada saat ini, persaingan antara produsen kosmetik di Indonesia semakin ketat. Para produsen kosmetik di Indonesia berkompetisi untuk menciptakan produk pelembab wajah yang berkualitas dan sesuai dengan para wanita. Produk Pond's, sebagai *market leader* pelembab wajah di Indonesia mengalami penurunan pangsa pasar akibat datangnya pesaing yang tak kalah hebat. Pond's telah melakukan tindakan agar para konsumen tetap loyal terhadap merek Pond's.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik konsumen-merek. Responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 100 mahasiswi, metode yang digunakan adalah *non probability sampling*, yaitu *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Metode analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan software SPSS.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel karakteristik perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek terhadap produk pelembab Pond's sebesar 0,373. Variabel karakteristik konsumen-merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek produk pelembab Pond's sebesar 0,323. Variabel karakteristik merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek produk pelembab Pond's sebesar 0,296.

Kata kunci : *karakteristik merek, karakteristik perusahaan, karakteristik konsumen-merek, dan loyalitas merek*