

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada produk “The Body Shop” di Kota Semarang. Pada tingkat kepuasan konsumen terhadap produk-produk kosmetik berbahan alami. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan bukti empiris mengenai apakah *Brand Image* dan *Kualitas Produk* mempengaruhi terhadap *Brand preference* dan meningkatkan *Minat Loyalitas*.

Sampel penelitian ini adalah pengguna produk-produk The Body Shop sejumlah 100 orang dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, dengan menggunakan reabilitas dan validitas, uji asumsi klasik uji hipotesis, koefisien determinan serta analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand image* dan *Kualitas produk* berpengaruh positif terhadap *Brand preference* dan *Brand image*, *Kualitas produk* dan *Brand preference* berpengaruh positif terhadap *Minat loyalitas*. Pada model 1, *Kualitas produk* memberikan pengaruh yang paling besar kepada *Brand Preference* sebesar 0,516. Pada model 2, *Brand Preference* memberikan pengaruh yang paling besar kepada *Minat loyalitas* produk-produk The Body Shop sebesar 0,479.

Kata kunci : *Brand image, Kualitas Produk, Brand preference dan Minat loyalitas*