

## ABSTRAK

**Destia Isro Mirajanti, NIM. 3402200018. “Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen (Suatu Studi pada Konsumen Wardah di Endro Cosmetics). Dibawah bimbingan Dr. Nana Darna.,S.E.,M.M (Pembimbing I), dan H. Iwan Setiawan.,S.E.,M.M (pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen (Suatu Studi pada Konsumen Wardah di Endro Cosmetics). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1]bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Wardah pada Endro *Cosmetics*; 2] Bagaimana pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen Wardah pada Endro *Cosmetics*?;3]Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen Wardah pada Endro *Cosmetics*?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1] pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Wardah pada Endro *Cosmetics*;2]pengaruh kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen Wardah pada Endro *Cosmetics*;3]pengaruh kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen Wardah pada Endro *Cosmetics*. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Wardah di Toko Endro Cosmetic's. Teknik sampling berupa teknik *purposive sampling* dan jumlah populasi sebanyak 100. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis koefisien korelasi sederhana, koefisien korelasi berganda, determinasi, uji Hipotesis menggunakan Uji signifikansi (Uji T dan Uji F) dan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa Kualitas produk dan kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Wardah di Endro Cosmetics. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kualitas produk yang baik dan tingkat kepercayaan konsumen yang tinggi akan menghasilkan tingkat kepuasan konsumen yang lebih tinggi. Sebaiknya Endro Cosmetics bisa memberikan insentif atau program loyalitas bagi konsumen yang berbagi pengalaman positif mereka, seperti diskon khusus atau hadiah. Selanjutnya meningkatkan interaksi dan keterlibatan dengan konsumen melalui media sosial dan acara komunitas, sehingga mereka merasa lebih terhubung dan termotivasi untuk berbagi pengalaman baik.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen dan Kepuasan Konsumen.**