

ABSTRAK

Nama : Ananda Anugrahani Rianty Putri
Program Studi : S1 Farmasi
Judul : Hubungan Antara Kualitas dan Kepercayaan Merek Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Emina Pada Remaja Wanita Di Kecamatan Jagakarsa Periode Tahun 2023.

Kebutuhan kosmetik bagi wanita adalah untuk menunjang kepercayaan diri mereka yang biasa digunakan untuk kegiatan sehari-hari, baik itu dengan kosmetik riasan (*make-up*) yang dipergunakan untuk memperindah wajah, maupun dengan kosmetik perawatan (*skincare*) untuk membuat kulit tampak lebih sehat dan terawat, karena memiliki kulit sehat adalah keinginan bagi setiap orang agar tampil percaya diri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik demografi pada remaja wanita, adanya hubungan antara kualitas produk, kepercayaan merek, kepuasan konsumen pada remaja wanita di Kecamatan Jagakarsa. Metode penelitian ini menggunakan desain *cross-sectional* dengan teknik pengambilan sampel berupa *purposive sampling*. Pengambilan data dilakukan secara langsung di lokasi penelitian dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan 110 responden yang memenuhi kriteria inklusi dengan 30 pernyataan dan penelitian yang digunakan uji validitas, reabilitas dan uji chi-square. Hasil penelitian karakteristik berdasarkan usia mayoritas adalah 21 tahun (40%), berdasarkan pendidikan S1 (33,7%), berdasarkan penggunaan usia produk kosmetik emina pada usia 20 tahun (40%), terdapat hubungan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik emina dengan nilai *p Value* $0,000 < 0,05$, terdapat hubungan antara kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik emina dengan nilai *p Value* $0,000 < 0,05$.

kata kunci:

Emina, Kualitas, Kepercayaan merek, Kepuasan, Remaja Wanita

ABSTRACT

Name : Ananda Anugrahani Rianty Putri
Study Program : Pharmacy S1
Title : *The relationship between product quality and brand trust on Emina Cosmetics Consumer Satisfaction in Teenage Women in Jagakarsa District Period 2023*

The need for cosmetics for women is to support their confidence which is usually used for dally activities, be it with makeup cosmetics (make-up) which are used to beautify the face, or with care cosmetics (skincare) to make the skin look healthier and well-groomed, because having healthy skin is a desire for everyone to appear confident. The purpose of this study was to determine the demographic characteristics of adolescent women, the relationship between product quality, brand trust, consumer satisfaction in adolescent women in Jagakarsa District. This research method uses a cross-sectional design with a sampling technique in the form of purposive sampling. Data collection was carried out directly at the research location using a questionnaire distributed to 110 respondents who met the inclusion criteria with 30 statements and the research used validity, reliability and chi-square tests. The results of the study of characteristics based on the majority age is 21 years (40%), based on S1 education (33.7%), based on the use of emina cosmetic products at the age of 20 years (40%), there is a relationship between product quality on consumer satisfaction of emina cosmetic products with a p value of 0.000 <0.05, there is a relationship between brand trust on consumer satisfaction of emina cosmetic products with a p value of 0.000 <0.05.

Keywords:

Emina, Quality, Brand Trust, Satisfaction, Female Teenagers