

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk, keterlibatan pelanggan, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek di wilayah Jabodetabek. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner kepada 112 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk, keterlibatan pelanggan, dan kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif, khususnya dalam meningkatkan loyalitas konsumen melalui inovasi yang relevan, keterlibatan yang aktif, serta penguatan kepercayaan terhadap merek *Skintific*.

Kata kunci : Inovasi Produk, Keterlibatan Pelanggan, Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek