

ABSTRAK

Pengaruh *Sustainable Perceived Quality* dan *Sustainable Perceived Risk* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Trust*

(Studi Kasus Pengguna Brand *Skincare* Garnier di Tangerang Selatan)

Adinda Faniyah Yusha ¹⁾ Mohamad Trio Febriyanto, S.E., M.M., Ph.D. ²⁾

- ¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya
- ²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Sustainable Perceived Quality* dan *Sustainable Perceived Risk* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Trust* pada produk Garnier di wilayah Tangerang Selatan. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu keberlanjutan, khususnya dalam memilih produk *skincare* yang tidak hanya efektif tetapi juga ramah lingkungan. Oleh karena itu, persepsi konsumen terhadap kualitas dan risiko keberlanjutan menjadi aspek penting yang dapat membentuk kepercayaan serta loyalitas terhadap suatu merek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada pengguna produk Garnier. Teknik analisis yang digunakan adalah *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 3. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai bagaimana persepsi terhadap keberlanjutan memengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepercayaan yang terbentuk terhadap merek.

Kata Kunci: Kualitas Berkelanjutan yang Dirasakan, Risiko Berkelanjutan yang Dirasakan, Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Garnier, Perawatan Kulit Berkelanjutan.