

## ABSTRAK

Di dunia kosmetik, dinamika pasar sering dipengaruhi oleh berbagai isu sosial dan agama yang dapat memengaruhi persepsi serta perilaku konsumen terhadap suatu merek. Salah satu kasus yang menarik perhatian adalah boikot. Fenomena boikot terhadap L'Oréal akibat isu sosial dan agama telah memengaruhi persepsi konsumen, sehingga menjadi penting untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi sikap dan loyalitas konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kualitas produk, dan kepercayaan agama terhadap sikap konsumen dan loyalitas konsumen pada produk L'Oréal pasca boikot, dengan mempertimbangkan niat pembelian ulang sebagai variabel mediasi.

Metode penelitian yang digunakan melalui pendekatan deskriptif dan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara online dan diperoleh sebanyak 417 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan SmartPLS 4 dalam pengolahan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, kualitas produk, dan kepercayaan agama berpengaruh terhadap sikap konsumen. Kemudian, sikap konsumen berpengaruh terhadap niat pembelian ulang. Namun ditemukan bahwa sikap konsumen tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Selanjutnya, niat pembelian ulang konsumen terhadap loyalitas konsumen. Terakhir, sikap konsumen berpengaruh melalui niat pembelian ulang terhadap loyalitas konsumen. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pentingnya pengaruh faktor kepercayaan, kualitas produk, dan kepercayaan agama dalam membentuk sikap dan loyalitas konsumen terhadap produk L'Oréal setelah terjadinya boikot. Temuan ini dapat menjadi dasar bagi perusahaan untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, serta memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian ulang.

**Kata Kunci:** Kepercayaan, Kualitas Produk, Kepercayaan Agama, Sikap Konsumen, Loyalitas Konsumen, Niat Pembelian Ulang