

ABSTRAK

Eka Dian Ariska, 1820310044, Pengaruh Kepedulian Halal, Keterlibatan Konsumen, Keterikatan Emosi terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Natura World di Kalangan Generasi Muda.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepedulian halal, keterlibatan konsumen, keterikatan emosi terhadap loyalitas pelanggan produk Natura World di kalangan Generasi Muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *field research* (penelitian lapangan). Sumber data penelitian ini berupa data primer yang diperoleh dari sampel Generasi Muda dengan jumlah 100 responden yang didapat dengan menggunakan rumus slovin.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan program *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) for windows 28.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kepedulian halal tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk Natura World. (2) Keterlibatan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk Natura World. (3) Keterikatan Emosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk Natura World. Adapun hasil Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,438 atau 43,8% yang dipengaruhi oleh kepedulian halal, keterlibatan konsumen, keterikatan emosi terhadap loyalitas pelanggan produk Natura World. Sedangkan 56,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: Kepedulian Halal, Keterlibatan Konsumen, Keterikatan Emosi, Loyalitas Pelanggan