

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Pada Konsumen Bedak Padat Pixy di Surabaya)

SKRIPSI



Oleh :

AZZAHRA ANANDA PATILASA

NPM. 19042010029

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN DAN RISET TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Konsumen Bedak Padat Pixy di Surabaya)**


Disusun Oleh :

AZZAHRA ANANDA PATTILASA
NPM 19042010029


Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing


Dr. Jojak Dwiridotishiono, S.Sos.M.Si
NPT. 370119500421

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NPT. 368049400281

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Konsumen Bedak Padat Pixy di Surabaya)**

Disusun Oleh :

AZZAHRA ANANDA PATTILASA
NPM 19042010029

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 13 Januari 2023**

Menyetujui

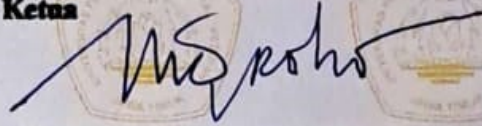
PEMBIMBING UTAMA



Dr. Jojok Dwiridotihajono, S.Sos, M.Si
NPT. 370119500421

TIM PENGUJI

1. Ketua



Dr. Rusdi Hidayat Nugroho, M.Si
NIP. 196112241989031007

2. Sekretaris



Dra. Sonia Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

3. Anggota



Dr. Jojok Dwiridotihajono, S.Sos, M.Si
NPT. 370119500421

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NPT. 368049400281

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Azzahra Ananda Pattilasa

NPM : 19042010029

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada
Konsumen Bedak Padat Pixy Di Surabaya)**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku

Surabaya, 17 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Azzahra Ananda Pattilasa

NPM. 19042010029

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul **“ Pengaruh *Brand Awareness* dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Bedak Padat Pixy di Surabaya)”**

Sekalipun penulis harus mengalami berbagai kesulitan, tetapi syukurlah bahwa skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan-kekurangan. Selesainya kegiatan hingga penyusunan proposal ini tidak lepas dari Bapak Dr. Jujuk Dwiridotjahjono, S.Sos,M.Si, selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Andriyanto, S.E yang turut memberi bantuan tenaga dan semangat yang selalu senantiasa memberi dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman penulis yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis berhadap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan skripsi ini.

Surabaya, Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.3 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2.1 Pemasaran	14
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	14
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran	15
2.2.1.3 Konsep Pemasaran	15
2.2.2 Brand (Merek)	16
2.2.2.1 Pengertian Brand (Merek).....	16
2.2.2.2 Tujuan dan Manfaat Merek.....	17
2.2.3 Brand Awareness	20
2.2.3.1 Definisi Brand Awareness (Kesadaran Merek)	20
2.2.3.2 Tingkatan Brand Awareness	21
2.2.3.3 Peran Brand Awareness (Kesadaran Merek)	23

2.2.3.4 Indikator Brand Awareness (Kesadaran Merek	24
2.2.4 Kualitas Produk	25
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	25
2.2.4.2 Klasifikasi Produk.....	26
2.2.4.3 Atribut Produk.....	29
2.2.4.3 Indikator Kualitas Produk	30
2.2.5 Loyalitas Pelanggan.....	32
2.2.5.1 Definisi Loyalitas Pelanggan	32
2.2.5.2 Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan	33
2.2.5.3 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	34
2.2.5.4 Indikator Loyalitas Pelanggan	35
2.2.5.5 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	36
2.2.6 Kepuasan Konsumen	37
2.2.6.1 Definisi Kepuasan Konsumen.....	37
2.2.6.2 Faktor Tingkat Kepuasan Konsumen.....	38
2.2.6.3 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	39
2.2.6.4 Manfaat Kepuasan Konsumen	40
2.2.6.5 Dampak Kepuasan Konsumen	41
2.2.6.6 Indikator Kepuasan Konsumen.....	43
2.2.7 Pengaruh Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan	44
2.2.8 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	45
2.2.9 Pengaruh Brand Awareness Terhadap Kepuasan Konsumen.....	46
2.2.10 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	47
2.2.11 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan	48
2.2.12 Pengaruh Brand Awareness Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening	49

2.2.13	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening	50
2.3	Kerangka Berpikir	51
2.4	Hipotesis	53
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	54
3.1	Jenis Penelitian	54
3.2	Pengertian Operasional dan Pengukuran Variabel	54
3.2.1	Definisi Operasional	54
3.2.2	Pengukuran Variabel	58
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	59
3.3.1	Populasi	59
3.3.2	Sampel	60
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	61
3.4	Teknik Pengumpulan Data	61
3.4.1	Jenis Data	61
3.4.2	Sumber Data	62
3.4.3	Pengumpulan Data	62
3.5	Teknik Analisis Data	63
3.5.1	Uji Validitas	64
3.5.2	Uji Reliabilitas	65
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	66
3.5.3.1	Uji Normalitas	66
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas	67
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas	67
3.5.3.4	Uji Linieritas	68
3.5.4	Uji Statistik	69

3.5.4.1 Uji T (Uji Parsial)	69
3.5.4.2 Uji Koefisien Determinan (R ²).....	71
3.6 Uji Hipotesis.....	72
3.6.1 Path Analysis / Analisis Jalur	72
3.7 Jadwal Penelitian.....	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	76
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data	76
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	76
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan	78
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	79
4.1.1.3 Struktur Organisasi	80
4.1.1.4 Job Deskripsi.....	81
4.1.1.5 Produk Bedak Padat Pixy.....	84
4.1.2 Penyajian Data	86
4.1.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	86
4.1.2.1.1 Usia Responden.....	87
4.1.2.1.2 Status Pekerjaan	87
4.1.2.1.3 Domisili atau tempat tinggal	88
4.1.2.1.4 Pembelian atau penggunaan.....	89
4.1.2.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	89
4.2 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	95
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	95
4.2.1.1 Uji Validitas	95
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	96
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	97
4.2.3 Analisis Jalur dan Uji Hipotesis	101

4.2.3.1 Sub Struktur 1	101
4.2.3.2 Sub Struktur 2	104
4.2.3.3 Pengaruh Brand Awareness terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen.....	107
4.2.3.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen.....	108
4.3 Pembahasan	110
4.3.1 Pengaruh Brand Awareness (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) .	110
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)....	110
4.3.3 Pengaruh Brand Awareness (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Z)	112
4.3.4 Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Z)...	112
4.3.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen (Z) terhadap Loyalitas pelanggan (Y)	114
4.3.6 Pengaruh Brand Awareness (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z)	115
4.3.7 Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z)	116
4.4 Matriks Hasil Penelitian	116
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	121
5.1 Kesimpulan.....	122
5.2 Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN.....	128

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Beredar Di Indonesia.....	2
Gambar 2. 1 Piramida Brand Awareness (Kesadaran Merek).....	22
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir.....	52
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Kategori Bedak Padat	6
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	59
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian	75
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	84
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	85
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	86
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian.....	86
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Brand Awareness.....	87
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	89
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	90
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	92
Tabel 4.9 Uji Validitas.....	93
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas.....	94
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas.....	96
Tabel 4.12 Uji Linieritas.....	98
Tabel 4.13 Uji T Sub Struktur 1.....	99
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinan Sub Struktur 1.....	100
Tabel 4.15 Uji T Sub Struktur 2.....	101
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinan Sub Struktur 2.....	102

ABSTRAK

AZZAHRA ANANDA PATILASA, 19042010029, PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Bedak Padat Pixy Di Surabaya)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Awareness* dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan secara langsung dan tidak langsung melalui kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan objek produk bedak padat pixy. Dalam penelitian ini populasinya ialah pelanggan yang pernah membeli atau mengkonsumsi bedak padat pixy. Sampel yang digunakan ini sebesar 100 responden yang merupakan konsumen bedak padat pixy. Sampel tersebut diperoleh menggunakan kuesioner teknik non probability sampling. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan model statistik yang meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Jalur, Uji T. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Awareness* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada bedak padat pixy di Surabaya, Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada bedak padat pixy di Surabaya. *Brand Awareness* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada bedak padat pixy di Surabaya, Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada bedak padat pixy di Surabaya. Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk bedak padat pixy. *Brand Awareness* dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen pada produk bedak padat pixy di Surabaya.

Kata Kunci : *Brand Awareness*, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

AZZAHRA ANANDA PATTILASA, 19042010029, PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Bedak Padat Pixy Di Surabaya)

This study aims to determine the effect of brand awareness and product quality on customer loyalty directly and indirectly through customer satisfaction. This study used the object of Compact Powder Pixy. In this study, the population is customers who have purchased or used Compact Powder Pixy. The sample in this study was 100 respondents who were customers of Compact Powder Pixy. The sample was obtained using a non-probability sampling technique questionnaire with the quota sampling method. Testing the hypothesis in this study uses statistical model analysis which includes validity test, reliability test, classic assumption test, path analysis, t test, and Sobel test. The results of this study are brand awareness has a significant effect on customer satisfaction on Compact Powder Pixy in Surabaya, product quality has a significant effect on customer satisfaction on Purbasari scrubs in Surabaya, brand awareness has no significant effect on customer loyalty on Compact Powder Pixy in Surabaya, product quality has a significant effect on customer loyalty on scrubs Compact Powder Pixy in Surabaya, Customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty on Compact Powder Pixy in Surabaya, brand awareness has a significant effect on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable on Compact Powder Pixy customers in Surabaya, Product quality has a significant effect on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable on customers of Compact Powder Pixy in Surabaya.

Keywords: brand awareness, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty