

**“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MS GLOW”**

(Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur)

SKRIPSI



OLEH :

MIA AMELIA PRIYANKHA

NPM. 19042010024

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MS GLOW
(Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN 'Veteran' Jawa Timur)**

Disusun Oleh :

MIA AMELIA PRIYANKHA.
NPM 19042010024

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Pembimbing


Ir. LISA SULISTYAWATI M.M.
NIP. 195802231987032001

Mengetahui,

**DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**


Dr. CAUR SURATNOAJI, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MS GLOW

(Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN 'Veteran' Jawa Timur)

Disusun Oleh :

MIA AMELIA PRIYANKHA

NPM 19042010024


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 24 Februari 2023.

PEMBIMBING UTAMA

Menyetujui,


TIM PENGUJI

1. Ketua


Ir. LISA SULISTYAWATI, M.M
NIP. 195802231987032001


Dr. JOJOK DWIRIDOTJAHJONO, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004

2. Sekretaris


Dr. ACEP SAMSUDIN, S.Sos., M.M., M.A.
NPT/21119771204337

3. Anggota


Ir. LISA SULISTYAWATI, M.M
NIP. 195802231987032001

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. CATUR SURATNOAJI, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mia Amelia Priyankha

NPM : 19042010024

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan
Terhadap Loyalitas Pelanggan MS GLOW
(Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN 'Veteran' Jawa Timur)**

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, 28 Februari 2023

Yang membuat pernyataan



Mia Amelia Priyankha

NPM. 19042010024

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ms Glow” (Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur).**

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Ir. Lisa Sulistyawati, M.M selaku dosen pembimbing. Dan penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis, baik dukungan moril, materil, maupun spiritual. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Surotnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin S.sos.,M.M.,M.A 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. Kakak yang selalu memberikan do’a, motivasi, dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini.

5. Teman – teman dekat penulis, Rachmalia, Vigati, Mayang, Ernes yang tidak henti memberikan semangat dan dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman sepermbimbingan yang memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
7. Teman-teman seperjuangan Administrasi Bisnis 2019.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat di harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya, Februari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR' PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xi
BAB I <u>P</u> ENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II <u>T</u> INJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Pemasaran.....	11
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.2.1.2 Tujuan Pemasaran.....	12
2.2.1.3 Konsep Pemasaran.....	13
2.2.1.4 Manajemen Pemasaran.....	14
2.2.1.5 Strategi Pemasaran.....	14
2.2.2. Loyalitas Pelanggan.....	16
2.2.2.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	16
2.2.2.2 Faktor-Faktor Loyalitas Pelanggan.....	16
2.2.2.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	18
2.2.2.4 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	18

	vi
2.2.3 Citra Merek	19
2.2.3.1 Pengertian Citra Merek	19
2.2.3.2 Manfaat Citra Merk	20
2.2.3.3 Faktor- Faktor Citra Merek	20
2.2.3.4 Indikator Citra Merek	21
2.2.3.5 Manfaat Citra Merek	21
2.2.4 Kualitas Produk	22
2.2.4.1 Pengertian Kualitas Produk	22
2.2.4.2 Tujuan Kualitas Produk	23
2.2.4.3 Indikator Kualitas Produk	23
2.2.5 Kepuasan Pelanggan	24
2.2.5.1 Faktor- Faktor Kepuasan Pelanggan	24
2.2.5.2 Indikator Kepuasan Pelanggan	25
2.2.5.3 Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan	26
2.2.5.4 Dampak Kepuasan Pelanggan	27
2.3 Hubungan Antar Variabel	28
2.3.1 Hubungan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	28
2.3.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	28
2.3.3 Hubungan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.4 Kerangka Berpikir	29
2.5. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.3. Populasi, Sampel, Teknik Penarikan Sampel	36
3.3.1. Populasi	36
3.3.2. Sampel	37
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.4.1 Jenis Data	39
3.4.2 Sumber Data	39

	vi
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.4. Teknik Analisis Data	40
3.5.1 Uji Validitas Reliabilitas	40
3.5.2 Uji Reliabilitas	40
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda	41
3.5.4 Uji Asumsi Klasik	42
3.5. Uji Hipotesis	44
3.6.1 Uji Simultan (Uji F)	44
3.6.2 Uji Parsial (Uji T)	46
3.6. Jadwal Penelitian	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran umum dan penyajian data	51
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	51
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan	51
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	52
4.1.1.3 Struktur Organisasi	52
4.1.1.4 Sumber Daya Manusia (SDM)	53
4.1.2 Penyajian Data	54
4.1.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	54
4.1.2.2 Penyajian Data Dari Jawaban Responden	57
4.2 Analisis dan Pengujian Hipotesis	65
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	65
4.2.1.1 Uji Validitas	65
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	66
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	67
4.2.2.1 Uji Normalitas	67
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas	68
4.2.2.3 Uji Heteroskedasitas	69
4.2.2.4 Uji Autokorelasi	70
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda	71

	ix
4.2.4 Uji Hipotesis	73
4.3 Pembahasan	81
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda	81
4.3.2 Pengaruh Secara Simultan.....	84
4.3.3 Pengaruh Secara Parsial	85
4.3.3.1 Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Perawatan Ms Glow	85
4.3.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Perawatan MS Glow	87
4.3.3.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan (X3) Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Perawatan MS Glow	88
4.3.4 Matrik Hasil Penelitian.....	90
BAB V <u>KESIMPULAN DAN SARAN</u>	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Perawatan Tahun 2022.....	6
Tabel 3.7 Jadwal Penelitian.....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	79
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	80
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	81
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Citra Merek (X1).....	83
Table 4.6 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2).....	85
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (X3).....	87
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	90
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	93
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	94
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	96
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	97
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi.....	99
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda.....	100
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (F).....	102
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (T).....	105
Tabel 4.17 Matriks Hasil Penelitian.....	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 3.1 Kurva Uji Simultan (Uji F).....	47
Gambar 3.2 Kurva Uji Parsial (Uji T).....	50
Gambar 4.1 Logo Ms Glow	72
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Ms Glow	73
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	98
Gambar 4.4 Kurva Uji F.....	104
Gambar 4.5 Kurva Uji T Variabel Citra Merek (X1)	106
Gambar 4.6 Kurva Uji T Variabel Kualitas Produk (X2)	108
Gambar 4.7 Kurva Uji T Variabel Kepuasan Pelanggan (X3).....	109

ABSTRAK

MIA AMELIA PRIYANKHA, 19042010024, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan MS Glow (Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur).

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan MS Glow. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur dengan kriteria Perempuan dan Angkatan 2019, 2020, 2021, 2022. Sampel yang diperlukan sebesar 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan atau diperoleh langsung dari objek peneliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Dengan demikian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

MIA AMELIA PRIYANKHA, 19042010024, *The Influence of Brand Image, Product Quality and Customer Satisfaction on MS Glow's Customer Loyalty (Study on FISIP Students of UPN "Veteran" East Java).*

This study aims to understand and determine the effect of brand image, product quality, and customer satisfaction on MS Glow's customer loyalty. The population used in this study were FISIP UPN "Veteran" East Java students with the criteria of Women and Class of 2019, 2020, 2021, 2022. The required sample is 100 respondents. The sampling technique used in this study is nonprobability sampling. The type of data used in this study is primary data, namely data collected or obtained directly from the research object. The data collection technique used in this study was a questionnaire. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression. Thus the results of this study indicate that brand image, product quality, and customer satisfaction have a significant effect on customer loyalty, brand image has a significant effect on customer loyalty, product quality has no significant effect on customer loyalty, customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyal