

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK BODY LOTION
NIVEA (STUDI PADA PENGIKUT AKUN SHOPEE NIVEA OFFICIAL
STORE)**

SKRIPSI



Oleh:

Ratna Kusumawati Putri

NPM : 20042010034

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

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK BODY LOTION
NIVEA (STUDI PADA PENGIKUT AKUN SHOPEE NIVEA OFFICIAL
STORE)**

Disusun Oleh :

Ratna Kuzumawati Putri

NPM. 20042010034

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan

PENBIMBING

Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si

NIP. 196805011994032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK BODY LOTION NIVEA (STUDI PADA PENGIKUT AKUN SHOPEE NIVEA OFFICIAL STORE)

Disusun Oleh :


Ratna Kusumawati Putri

NPM. 20042010034

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Proposal Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Pada Tanggal 05 Maret 2024

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dr. Jojok Dwiridotjahiono, S.Sos, M.Si
NIP. 197011012021211004

2. Sekretaris


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

3. Anggota


Yanda Bara Kusuma, S.AB, M.AB
NIP. 198910302020121007

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ratna Kusumawati Putri
NIM : 20042010034
Fakultas /Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Administrasi Bisnis
Judul Skripsi/Tugas Akhir/
Tesis/Desertasi :

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PRODUK BODY LOTION NIVEA (STUDI PADA
PENGIKUT AKUN SHOPEE NIVEA OFFICIAL STORE)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 04 Maret 2024

Yang Menyatakan



(Ratna Kusumawati Putri)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat, hidayah, serta nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan lancar skripsi dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK BODY LOTION NIVEA (STUDI PADA PENGIKUT AKUN SHOPEE NIVEA OFFICIAL STORE)”**.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih khususnya kepada Ibu Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan dukungan, masukan dan bimbingan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari pihak-pihak lain. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan karya tulis ini, di antaranya :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin S.Sos, MM, MA. 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. Seluruh staf Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membantu penulis dalam kegiatan studi selama ini.
5. Orang tua, kakak dan keluarga yang telah membantu do’a, motivasi, dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat dan teman-teman Administrasi Bisnis Angkatan 2020 khususnya Ely, Tasya, Althafa, Devi, Liza, dan Nindi yang setia mendengar keluhan penulis dan memberi bantuan, semangat serta dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Keluarga chuaks yang tidak henti memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Serta kepada seluruh responden yang membantu dalam kelancaran penelitian ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan permohonan maaf dan senantiasa bersedia dalam menerima saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini, besar harapan penulis dari penelitian ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya, 4 Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR DIAGRAM.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan.....	12
1.4 Manfaat.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori	17

2.2.1	Pemasaran	17
2.2.2	Merek	20
2.2.3	Citra Merek	22
2.2.4	Harga	25
2.2.5	Kualitas Produk	28
2.2.6	Loyalitas Pelanggan	31
2.3	Kerangka Berpikir	33
2.4	Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Jenis penelitian	36
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.2.1	Definisi Operasional	36
3.2.2	Pengukuran Variabel	39
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	40
3.3.1	Populasi	40
3.3.2	Sampel	40
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	41
3.4	Teknik Pengumpulan Data	42
3.4.1	Jenis Data	42
3.4.2	Sumber Data	43

3.4.3	Teknik Pengumpulan Data	43
3.5	Teknik Analisa Data	44
3.5.1	Teknik Analisa	44
3.5.2	Uji Validitas	44
3.5.3	Uji Reliabilitas	45
3.5.4	Uji Asumsi Klasik	46
3.5.5	Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.5.6	Uji Hipotesis	50
3.6	Jadwal Pelaksanaan Penelitian	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	55
4.2	Penyajian Data	57
4.2.1	Deskripsi Responden	57
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	60
4.3	Analisis Pengolahan Instrumen	69
4.3.1	Uji Validitas	69
4.3.2	Uji Realibilitas	71
4.4	Uji Asumsi Klasik	72
4.4.1	Uji Normalitas	72
4.4.2	Uji Multikolinieritas	74

4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	75
4.4.4	Uji Autokorelasi	76
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
4.6	Uji Hipotesis.....	78
4.6.1	Uji F	78
4.6.2	Uji t	79
4.7	Pembahasan	81
4.7.1	Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan	81
4.7.2	Pengaruh Citra Merek secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan.....	82
4.7.3	Pengaruh Harga secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan.....	82
4.7.4	Pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan.....	84
4.7.5	Kendala dalam Penelitian.....	85
4.7.6	Perbedaan dan Persamaan Terhadap Penelitian Terdahulu	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA		92
DAFTAR LAMPIRAN		95

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. 1 Hasil Pra Survey Responden Mengenai Citra Merek Body Lotion Nivea	9
Diagram 1. 2 Hasil Pra Survey Responden Mengenai Harga Body Lotion Nivea.	10
Diagram 1. 3 Hasil Pra Survey Responden Mengenai Kualitas Produk Body Lotion Nivea	11

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rating Produk Body Lotion tahun 2021-2023	3
Tabel 1. 2 Harga Nivea Body Lotion 200ml.....	4
Tabel 1. 3 Jenis Produk Body Lotion Nivea	5
Tabel 3. 1 Skala Likert	39
Tabel 3. 2 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Penelitian	54
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	59
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Citra Merek (X1).....	61
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Harga (X2)	63
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X3)	65
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	67
Tabel 4. 9 Uji Validitas	70
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas	72
Tabel 4. 11 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov Smirnov	73
Tabel 4. 12 Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4. 13 Uji Autokorelasi.....	76
Tabel 4. 14 Analisis Regresi Linier Berganda	77
Tabel 4. 15 Uji F	79
Tabel 4. 16 Uji t	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kunjungan Situs e-commerce 2023	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 3. 1 Kurva Uji F.....	52
Gambar 3. 2 Kurva Uji t.....	54
Gambar 4. 1 Struktur Perusahaan.....	56
Gambar 4. 2 Logo Perusahaan Beiersdorf dan Nivea	57
Gambar 4. 3 Uji Normalitas	73
Gambar 4. 4 Uji Heteroskedastisitas	75

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Hasil Pra Survey Responden Loyal Terhadap Body Lotion.....	8
--	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	96
Lampiran 2. Tabulasi Data Karakteristik Responden	98
Lampiran 3. Jawaban Responden.....	105
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	110
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	114
Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas	116
Lampiran 7. Hasil Uji Multikolinearitas	117
Lampiran 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	118
Lampiran 9. Hasil Uji Autokorelasi	119
Lampiran 10. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	120
Lampiran 11. Hasil Uji F	121
Lampiran 12. Hasil Uji t.....	122

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk body lotion Nivea (studi pada pengikut akun Shopee Nivea Official Store). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode jenis kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pengikut akun Shopee Nivea Official Store. Sampel yang digunakan sebanyak 100 yang diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan hasil olahan data, Pada Uji F dapat dinyatakan bahwa $F_{hitung} sebesar 22.476 > F_{tabel} 2,699$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka hasil uji F menunjukkan bahwa variabel Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Pada uji t nilai sig pada variabel citra merek (X1) sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai t hitung $7.781 > t_{tabel} 1,984$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya variabel Citra Merek secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Nilai sig pada variabel Harga (X2) sebesar $0,004 < 0,05$. Nilai t hitung $-2,964 < t_{tabel} 1,984$. Maka H_0 ditolak dan H_2 diterima artinya variabel Harga berpengaruh negatif secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan. Nilai signifikansi pada variabel Kualitas Produk (X3) sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai t hitung $-4,086 < t_{tabel} 1,984$. Maka H_0 ditolak dan H_3 diterima artinya variabel Kualitas Produk berpengaruh negatif secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata kunci : Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of brand image, price and product quality on customer loyalty to Nivea body lotion products (study of followers of the Shopee Nivea Official Store account). The method used in this research is a quantitative type method. The population in this study were followers of the Shopee Nivea Official Store account. The sample used was 100 taken using purposive sampling technique. Based on the results of the data processing, in the F test it can be stated that the calculated F is $22,476 > F \text{ table } 2.699$ with a significance level of $0.000 < 0.05$. So the results of the F test show that the variables Brand Image, Price and Product Quality simultaneously influence Customer Loyalty. In the t test, the sig value for the brand image variable (X1) is $0.000 < 0.05$. The calculated t value is $7.781 > t \text{ table } 1.984$. So H0 is rejected and H1 is accepted, meaning that the Brand Image variable partially influences Customer Loyalty. The sig value of the Price variable (X2) is $0.004 < 0.05$. The calculated t value is $-2.964 < t \text{ table } 1.984$. So H0 is rejected and H2 is accepted, meaning that the Price variable has a partial negative effect on Customer Loyalty. The significance value for the Product Quality variable (X3) is $0.000 < 0.05$. The calculated t value is $-4.086 < t \text{ table } 1.984$. So H0 is rejected and H3 is accepted, meaning that the Product Quality variable has a partial negative effect on Customer Loyalty.

Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Customer Loyalty