

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

(Studi pada Followers Instagram @msglow_dee)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



Disusun Oleh :

RATNA AYU NANDRA
18042010010

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
PRODUK MS GLOW
(Studi pada Instagram @msglow_dee)

Disusun Oleh :

RATNA AYU NANDRA
NPM. 18042010010

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

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

(Studi pada Followers Instagram @msglow_dee)

Disusun Oleh:

RATNA AYU NANDRA
18042010010

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 22 April 2022

Menyetujui,
Tim Penguji,

Pembimbing



Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

1. Ketua



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

2. Sekretaris



Dr. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

3. Anggota



Nurul Azizah, S.A.B, M.A.B
NPT. 17219910501002

Mengetahui,
DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat, hidayah, serta nikmat-Nya karena telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Produk Ms Glow (Studi pada Followers Instagram @msglow_dee)”**. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan program Strata 1 di program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini melibatkan banyak campur tangan dari pihak-pihak lain. Dengan keterlibatan banyak pihak dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat berjalan lancar dan terwujud dengan baik. Maka, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih khususnya kepada Bapak Dr. Nurhadi, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi ini yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan dukungan, masukan dan bimbingannya. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih diantaranya kepada:

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 dan keluarga yang menjadi sumber semangat dan kekuatan yang selalu memberikan dukungan, do’a serta kasih sayang yang diberikan.
5. Seluruh rekan-rekan penulis yang selalu memberikan dukungan serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi 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 yang bersifat membangun. Besar harapan penulis ini penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan pihak yang terkait. Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan syukur kepada Allah SWT., semoga kita semua senantiasa diberikan petunjuk-Nya.

Gresik, April 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB 1	13
1.1 Latar Belakang	13
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teoriti	12
2.2.1 Pemasaran	12
2.2.2 Loyalitas Pelanggan	15
2.2.3 Kepuasan Pelanggan	25
2.2.4 Citra Merek	26
2.2.4 Kualitas Produk.....	29

2.3 Hubungan Antar Variabel	35
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	35
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	36
2.3.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	37
2.3.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	37
2.3.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	38
2.4 Kerangka Berpikir.....	38
2.5 Hipotesis	40
BAB III	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Definisi Operational dan Pengukuran Variabel	42
3.2.1 Definisi Operasional.....	42
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	44
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	46
3.3.1 Populasi	46
3.3.2 Sampel.....	46
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.1 Jenis Data	48
3.4.2 Sumber Data.....	49
3.4.3 Pengumpulan Data	49

3.5 Teknik Analisis Data.....	49
3.5.1 Teknik Analisis	49
3.5.1.1 Uji Validitas	50
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	51
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	52
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	52
3.5.2.2 Uji Multikolinieritas.....	52
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.5.2.4 Uji Linieritas	53
3.6 Uji Statistik	54
3.6.1 Uji t (Parsial)	54
3.6.2 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	56
3.7 Uji Hipotesis	57
3.7.1 Analisis Jalur (Path Analysis)	57
BAB IV	60
4.1 Hasil	60
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	60
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan	60
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	61
4.1.1.3 Logo Perusahaan	61
4.1.2 Deskripsi Data.....	61

4.1.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	61
4.1.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	64
4.2 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	77
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	77
4.2.1.1 Uji Validitas	77
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	78
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	79
4.2.2.1 Uji Normalitas.....	79
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas.....	80
4.2.2.3 Uji Heterokedastistas	80
4.2.2.4 Uji Linieritas	81
4.2.3 Analisis Jalur dan Uji Hipotesis	82
4.2.3.1 Uji Regresi Sub Struktur 1	82
4.2.3.1.2 Uji Koefisien Determinan	83
4.2.3.2 Sub Struktur 2	85
4.2.3.2.1 Uji Regresi Sub Struktur 2	85
4.2.3.1.2 Uji Koefisien Determinasi	86
4.2.3.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	88
4.2.3.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	89
4.3 Pembahasan.....	91

4.3.1 Pengaruh Citra Merek (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	91
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	92
4.3.3 Pengaruh Citra Merek (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	93
4.3.4 Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	94
4.3.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	95
4.3.6 Pengaruh Citra Merek (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z).....	96
4.3.7 Pengaruh kualitas Produk (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Konsumen (Z).....	97
4.3.8 Matriks Hasil Penelitian	99
BAB V	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Kosmetik dan Skincare Nasional 2019-2020.....	2
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Usia Responden	62
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden.....	63
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Wilayah Responden.....	64
Tabel 4.4 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Citra Merek (X1).....	65
Tabel 4.5 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk (X2)	67
Tabel 4.6 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Z) ...	71
Tabel 4.7 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) ...	73
Tabel 4.8 Uji Validitas	76
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas.....	79
Tabel 4.11 Uji Linieritas	81
Tabel 4.12 Uji Regresi Sub Struktur 1	81
Tabel 4.13 Koefisien Determinan Sub Struktur 1 Model Summary.....	82
Tabel 4.14 Uji Regresi Sub Struktur 2.....	84
Tabel 4.15 Koefisien Determinan Sub Struktur 2.....	85
Tabel 4.16 Matriks Hasil Penelitian.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	40
Gambar 4.1 Logo Ms. Glow	61
Gambar 4.2 Uji Normalitas	79
Gambar 4.3 Uji Heterokedastistas.....	80
Gambar 4.4 Koefisien Jalur.....	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik Responden

Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden

Lampiran 4 Output SPSS

Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6 Path Analisis

ABSTRAK

RATNA AYU NANDRA, 18042010010, Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Produk Ms Glow (Studi pada Followers Instagram @msglow_dee)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh yang diciptakan oleh citra merek, kualitas produk, terhadap loyalitas pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan pelanggan. Populasi penelitian adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek maupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yaitu teknik Purposive Sampling dengan kriteria konsumen berusia 17 tahun ke atas dan mengikuti Instagram @msglow_dee. Analisis data menggunakan teknik Analisis Jalur (Path Analysis). Hasil analisis menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk secara positif dan mencolok mempengaruhi kepuasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan menonjol terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk memiliki efek positif dan menonjol pada loyalitas pelanggan, dan citra merek kualitas produk secara positif dan jelas mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

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

ABSTRACT

RATNA AYU NANDRA, 18042010010, The Effect of Brand Image and Product Quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction with Ms Glow's Products (Study on Instagram Followers @msglow_dee)

This study aims to analyze the effect created by brand image, product quality, on customer loyalty either directly or indirectly through customer satisfaction. The research population is a generalization area consisting of objects and subjects that have certain qualities and characteristics determined by the researcher to be studied and then draw conclusions. The sample used in this study were 100 respondents. The sampling technique is the Purposive Sampling technique with the criteria of consumers aged 17 years and over and following Instagram @msglow_dee. Data analysis using Path Analysis technique (Path Analysis). The results of the analysis show that brand image and product quality positively and significantly affect satisfaction. The results showed that brand image has a positive and prominent effect on customer loyalty. Product quality has a positive and prominent effect on customer loyalty, and the brand image of product quality positively and clearly affects customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction.*