

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
LOYALITAS MEREK LIPSTIK WARDAH
(Studi pada Pelanggan Lipstik Wardah di Surabaya)**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

**NUR ALFIA
18042010038**

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

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK LIPSTIK WARDAH (STUDI PADA
PELANGGAN LIPSTIK WARDAH DI SURABAYA)**

Disusun Oleh :

NUR ALFIA
NPM. 18042010038

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dr. JOJOK DWIRIDOTJAHJONO, S.Sos, M.Si.
NPT. 370119500421

Mengetahui,

**DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA
NIP. 195807011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK LIPSTIK WARDAH (Studi pada Pelanggan Lipstik Wardah di Surabaya)

Disusun Oleh :

NUR ALFIA
18042010038

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 22 April 2022

Menyetujui,

Pembimbing



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

Tim Penguji

1. Ketua



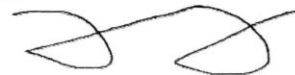
Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

2. Sekretaris



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

3. Anggota



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

Mengetahui,
DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195807011987031001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah atas rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Lipstik Wardah (Studi pada Pelanggan Lipstik Wardah di Surabaya)”**.

Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan program Sarjana pada program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun dengan bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan dan saran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis juga akan mengucapkan terimakasih 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. Ayah, Ibu, Kakak dan Saudara tercinta yang selalu memberikan dukungan, semangat serta doa yang diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi.
5. Seluruh sahabat dan teman-teman dekat mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis 2018, yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.

Penulis berpendapat bahwa skripsi ini merupakan sebuah hasil karya terbaik yang dapat penulis kerjakan. Namun, tidak menutup kemungkinan terdapat kekurangan dalam penulisan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan bagi penulis. Besar harapan penulis, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan petunjuk dan bimbingannya bagi kita semua.

Surabaya, 22 Maret 2022

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan.....	7
1.4 Manfaat.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Pemasaran	12
2.2.2 Merek	15
2.2.3 Citra Merek	18
2.2.4 Kepercayaan Merek	21
2.2.5 Loyalitas Merek	27

2.3 Kerangka Berpikir	35
2.4 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian	38
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.2.1 Definisi Operasional	38
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	40
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	41
3.3.2 Sampel	41
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1 Jenis Data	43
3.4.2 Sumber Data	44
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Teknik Analisis Data	45
3.5.1 Teknik Analisis	45
3.5.2 Uji Validitas	45
3.5.3 Uji Relibialitas	46
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.5.5 Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.5.6 Uji Hipotesis	51
3.6 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	55

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	56
4.1.1 Sejarah Perusahaan	56
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	58
4.1.3 Susunan Organisasi.....	59
4.2 Penyajian Data.....	60
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	60
4.2.2 Deskripsi Variabel - Variabel Penelitian	63
4.3 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	69
4.3.1 Uji Validitas.....	69
4.3.2 Uji Reliabilitas	70
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	71
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	76
4.3.5 Pengujian Hipotesis	77
4.4 Pembahasan	84
4.4.1 Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek secara simultan terhadap Loyalitas Merek pada lipstik Wardah.....	84
4.4.2 Pengaruh Citra Merek secara parsial terhadap Loyalitas Merek pada Lipstik Wardah.....	85
4.4.3 Pengaruh Kepercayaan Merek secara parsial terhadap Loyalitas Merek pada Lipstik Wardah.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97

5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Piramida Loyalitas Merek	32
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	36
Gambar 3. 1 Kurva Uji F.....	53
Gambar 3. 2 Kurva Uji t.....	54
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Wardah.....	59
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas	72
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Gambar 4. 4 Kurva daerah permintaan dan penolakan Uji F	79
Gambar 4. 5 Kurva daerah permintaan dan penolakan Uji t (X_1)	83
Gambar 4. 6 Kurva daerah permintaan dan penolakan Uji t (X_2)	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Kategori Lipstik	6
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	41
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian.....	55
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian dan Penggunaan pada Lipstik Wardah di Surabaya dalam Kurun Waktu 12 Bulan Terakhir. ...	62
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	63
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Merek	65
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Merek.....	67
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	70
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas.....	73
Tabel 4. 10 Hasil Uji Autokorelasi.....	75
Tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	76
Tabel 4. 12 Hasil Uji F	79
Tabel 4. 13 Hasil Uji t	82
Tabel 4. 14 Perbandingan Hasil Penelitian.....	89

ABSTRAK

NUR ALFIA, 18042010038, PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK LIPSTIK WARDAH (STUDI PADA PELANGGAN LIPSTIK WARDAH DI SURABAYA)

Perkembangan bisnis di Indonesia mengalami persaingan yang ketat di berbagai sektor salah satunya pada industri kosmetik di Indonesia, yaitu Wardah. Salah satu produk kecantikan yang diproduksi oleh wardah yaitu lipstik. Wardah menjadi salah satu brand terkenal dan mendapat kepercayaan konsumen yang telah mendapatkan SJH dari LPPOM MUI. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek pada pelanggan Lipstik Wardah di Surabaya. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian dan penggunaan lipstik Wardah di Kota Surabaya sebanyak 100 responden. Metode penelitian bersifat deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling* dengan kriteria konsumen lipstik Wardah berdomisili di kota Surabaya dan berusia minimal 17 tahun. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Citra Merek (X1) dan Kepercayaan Merek (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Merek (Y), variabel Citra Merek (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek (Y), dan variabel Kepercayaan Merek (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek (Y).

Kata Kunci : Citra Merek, Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek.

ABSTRACT

NUR ALFIA, 18042010038, THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND BRAND TRUST ON WARDAH LIPSTICK BRAND LOYALTY (STUDY ON WARDAH LIPSTICK CUSTOMERS IN SURABAYA)

Business development in Indonesia is experiencing intense competition in various sectors, one of which is the cosmetic industry in Indonesia, namely Wardah. One of the beauty products produced by Wardah is lipstick. Wardah is one of the well-known brands and has won the trust of consumers who have received SJH from LPPOM MUI. This study aims to determine how much influence Brand Image and Brand Trust have on Brand Loyalty to Wardah Lipstick customers in Surabaya. The population in this study were 100 respondents who had purchased and used Wardah lipstick in the city of Surabaya. The research method is descriptive quantitative. The sampling technique used is purposive sampling technique with the criteria that Wardah lipstick consumers are domiciled in the city of Surabaya and are at least 17 years old. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the Brand Image (X1) and Brand Trust (X2) variables simultaneously have a significant effect on Brand Loyalty (Y), the Brand Image (X1) variable partially has a positive and significant effect on Brand Loyalty (Y), and the Trust variable Brand (X2) partially positive and significant effect on Brand Loyalty (Y).

Keywords: Brand Image, Brand Trust, Brand Loyalty.