

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PRODUK *HAND & BODY LOTION* CITRA**

**(Studi Pada Followers Akun Shopee Unilever Beauty Shop)**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**LAILA ROMADHONI AYU FITRIA**

**NPM. 20042010051**

**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 BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND**  
**LOYALTY PRODUK HAND & BODY LOTION CITRA**

**(Studi Pada Followers Akun Shopee Unilever Beauty Shop)**

**Disusun Oleh :**

**LAILA ROMADHONI AYU FITRIA**

**NPM. 20042010051**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan**

**Menyetujui**

**PEMBIMBING**

**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 BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND**  
**LOYALTY PRODUK HAND & BODY LOTION CITRA**

**(Studi Pada Followers Akun Shopee Unilever Beauty Shop)**

**Disusun Oleh :**


**LAILA ROMADHONI AYU FITRIA**

**NPM. 20042010051**

**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 20 Juni 2024**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING UTAMA**

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

**TIM PENGUJI**


**1. Ketua**

  
**R. Yuniardi Rusdianto, M.Si**  
**NIP. 197206132021211003**

**2. Sekretaris**

  
**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
**NIP. 196009241993032001**

**3. Anggota**

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

**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 : Laila.Romadhoni Ayu Fitria  
NPM : 20042010051  
Fakultas/Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi :

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PRODUK *HAND & BODY LOTION* CITRA  
(Studi Pada Followers Akun Shopee Unilever Beauty Shop)**

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, 26 Juni 2024  
Yang membuat pernyataan



Laila Romadhoni Ayu Fitria  
NPM. 20042010051

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Produk *Hand & Body Lotion* Citra (Studi Pada Followers Akun Shopee Unilever Beauty Shop)”**.

Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi jenjang strata satu (S1) di program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada ibu Dra. Ety Dwi Susanti M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis. Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

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., M.A selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh dosen pengajar Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Almarhum ibu tercinta yang selalu memberikan bimbingan dan nasihan selagi beliau masih hidup dan tidak pernah lelah dalam memberikan support untuk terus melanjutkan pendidikan walaupun beliau sudah tiada.
5. Ayah yang telah membimbing dan memberikan segalanya untuk penulis.
6. Kakak dan adik tercinta yang selalu memberikan dukungan serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh sahabat dan teman-teman dekat mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis angkatan 2020 yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Karena adanya keterbatasan pikiran, waktu, tenaga serta faktor lainnya, sehingga dalam penelitian ini penulis sangat mengharapkan saran dan kritik dari pembaca untuk menyempurnakan penelitian. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, Januari 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
2.2 Landasan Teori .....	17
2.2.1 Pemasaran .....	17
2.2.2 <i>Brand</i> (Merek) .....	19
2.2.3 <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....	23
2.2.4 <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek) .....	27
2.2.5 <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek) .....	30
2.3 Kerangka Berpikir .....	37
2.4 Hipotesis .....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian .....	40
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	40
3.2.1 Definisi Operasional .....	40
3.2.2 Pengukuran Variabel .....	42
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	43

3.3.1 Populasi.....	43
3.3.2 Sampel .....	43
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1 Sumber Data .....	46
3.4.2 Pengumpulan Data .....	46
3.5 Teknik Analisis Data.....	47
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian .....	48
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
3.6 Uji Hipotesis.....	53
3.6.1 Uji Simultan (Uji F).....	53
3.6.2 Uji Parsial (Uji t).....	54
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	55
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	55
4.1.2 Visi Misi Perusahaan .....	57
4.1.3 Struktur Perusahaan .....	58
4.1.4 Logo Perusahaan.....	59
4.2 Penyajian Data.....	59
4.2.1 Deskripsi Responden .....	59
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	63
4.3 Hasil Uji Instrumen data.....	74
4.3.1 Uji Validitas .....	74
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	76
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	77
4.4.1 Uji Normalitas.....	77
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	79
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	80
4.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
4.5 Hasil Uji Hipotesis .....	82



4.5.1 Uji Simultan (Uji F).....	82
4.5.2 Uji Parsial (Uji t).....	83
4.6 Pembahasan .....	85
4.6.1 Pengaruh Brand Image dan Brand Trust secara simultan Terhadap Brand Loyalty .....	85
4.6.2 Pengaruh Brand Image secara parsial terhadap Brand Loyalty .....	86
4.6.3 Pengaruh Brand Trust secara parsial terhadap Brand Loyalty.....	87
4.6.4 Perbandingan Hasil Penelitian .....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran .....	94
DAFTAR PUSTAKA .....	96
LAMPIRAN.....	100

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Shopee Unilever Beauty Shop.....	4
Gambar 1. 2 Hasil Pra Survei Hand & Body Lotion yang Sering Dibeli dan Digunakan Dalam Kegiatan Sehari-Hari .....	10
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	38
Gambar 3. 1 Model Regresi Berganda .....	52
Gambar 4. 1 Struktur Perusahaan.....	58
Gambar 4. 2 Logo Perusahaan .....	59
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas.....	77
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	80

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Produk Citra pada Marketplace Shopee .....	5
Tabel 1. 2 Top Brand Index Hand & Body Lotion.....	7
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	43
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	61
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	62
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	63
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i> (X1).....	68
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Y).....	70
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas .....	75
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas .....	76
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	78
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas .....	79
Tabel 4. 12 Hasil Regresi Linear Berganda.....	81
Tabel 4. 13 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	83
Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	84
Tabel 4. 15 Perbandingan Hasil Penelitian .....	88

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik Responden.....	106
Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden.....	111
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	120
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	123
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas .....	124
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas .....	125
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	125
Lampiran 9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	125
Lampiran 10 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	126
Lampiran 11 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	126

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh brand image dan brand trust terhadap brand loyalty produk hand & body lotion Citra (Studi pada followers akun shopee unilever Beauty Shop). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini merupakan followers dari akun shopee unilever beauty shop. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan SPSS for windows versi 29. Hasil pada penelitian menunjukkan bahwa Brand Image dan Brand Trust berpengaruh signifikan terhadap Brand Loyalty, Brand Image berpengaruh signifikan terhadap Brand Loyalty serta Brand Trust berpengaruh signifikan terhadap Brand Loyalty.

**Kata Kunci:** *Brand image, Brand Trust, Brand Loyalty*

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine and analyze the influence of brand image and brand trust on brand loyalty of Citra hand & body lotion products (Study on followers of the Unilever Beauty Shop shopee account). This research uses a quantitative type of research. Variable measurement in this research uses a Likert scale. The population in this study are followers of the Unilever Beauty Shop Shopee account. The sample taken in this research was 100 people using purposive sampling technique. Data collection in this research used a questionnaire. This research uses SPSS for Windows version 29. The results of the research show that Brand Image and Brand Trust have a significant effect on Brand Loyalty, Brand Image has a significant effect on Brand Loyalty and Brand Trust has a significant effect on Brand Loyalty.*

***Keywords: Brand image, Brand Trust, Brand Loyalty***