

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY PRODUK LIPSTIK WARDAH
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

NADHIYA HANA AUSHAFINA
20012010180/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2024

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY PRODUK LIPSTIK WARDAH
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

**NADHIYA HANA AUSHAFINA
20012010180/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2024

SKRIPSI

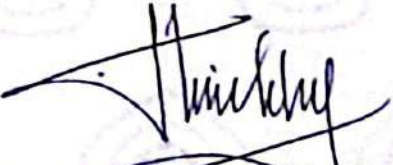
**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY PRODUK LIPSTIK WARDAH
DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh:


NADHIYA HANA AUSHAFINA
20012010180 / FEB / EM

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 12 September 2024**

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**


Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIP. 196901132021212003

Pembimbing Utama


Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M.
NIP. 196801081989031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nadhiya Hana Aushafina
NPM : 20012010180
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh *Brand Image* dan *Perceived Value*
terhadap *Customer Loyalty* Produk Lipstik Wardah
di Kota Surabaya

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 disetujui 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 dikemudian 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, 12 September 2024
Yang Menyatakan



(Nadhiya Hana Aushafina)
NPM. 20012010180

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Perceived Value* terhadap *Customer Loyalty* Produk Lipstik Wardah di Kota Surabaya”.

Tujuan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Meskipun demikian, penulis berusaha semaksimal mungkin agar penyusunan skripsi ini terselesaikan dengan sebaik-baiknya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan dorongan mental, arahan, nasihat, dan inspirasi yang sangat bermanfaat bagi penulis. Dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan arahan, saran, dan ide kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh Dosen dan Tenaga Kerja Program Studi Manajemen yang memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Orang tua beserta keluarga yang telah memberikan perhatian, dukungan moral, dan doa dalam proses penyusunan skripsi.
7. Teman-teman yang terkasih Retno, Nita, Nisa, Illona, Nabella, Rahila, Khansa, Erika, Aura, Dinda, Salsa, dan Fida yang saling memberikan semangat satu sama lain, tempat berbagi cerita, dan mendampingi penulis dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan.
8. Taylor Swift dan Formula 1 yang menjadi sumber hiburan penulis selama proses penyusunan skripsi.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Surabaya, 8 Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Manajemen Pemasaran	17
2.2.2 Perilaku Konsumen	19
2.2.3 Brand Image	20
2.2.4 Perceived Value	22
2.2.5 Customer Loyalty	24
2.3 Hubungan Antar Variabel	25
2.3.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Customer Loyalty	25
2.3.2 Pengaruh Perceived Value Terhadap Customer Loyalty	26
2.4 Kerangka Konseptual	27
2.6 Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.1.1 Definisi Operasional	28

3.1.2 Pengukuran Variabel	32
3.2 Teknik Penentuan Sampel	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.1 Jenis Data	35
3.3.2 Sumber Data	35
3.3.3 Pengumpulan Data	36
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	37
3.4.1 Teknik Analisis Data	37
3.4.2 Uji Hipotesis	38
3.4.3 Pengukuran Metode <i>Partial Least Square</i> (PLS)	38
3.4.4 Cara Kerja <i>Partial Least Square</i> (PLS)	39
3.4.5 Model Spesifikasi <i>Structural Equation Model - Partial Least Square</i> (SEM-PLS)	39
3.4.6 Langkah-Langkah <i>Partial Least Square</i> (PLS)	40
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.5.1 Uji Validitas	44
3.5.2 Uji Reliabilitas	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	46
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	47
4.2.1 Karakteristik Responden	47
4.2.2 Deskripsi Variabel	48
4.3 Hasil Analisis Data	55
4.3.1 Evaluasi Outlier	55
4.3.2 Interpretasi Hasil Olah Data PLS	56
4.4 Pembahasan	66
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	66
4.4.2 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69

5.2Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Sub-kategori Lipstik 5 Tahun Terakhir	5
Tabel 1.2 Penjualan Top 10 Brand Lipstik 2024	7
Tabel 1.3 <i>Sales Revenue</i> Wardah Tahun 2021-2022	8
Tabel 1.4 <i>Sales Revenue</i> Wardah Tahun 2024.....	8
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.2 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Brand Image	49
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Perceived Value.....	51
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Customer Loyalty	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Outlier.....	56
Tabel 4.6 Outer Loadings.....	57
Tabel 4.7 Cross Loading	58
Tabel 4.8 Average Variance Extracted (AVE)	59
Tabel 4.9 Composite Reliability	60
Tabel 4.10 Latent Variable Correlations	60
Tabel 4.11 R-Square.....	63
Tabel 4.12 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Review</i> Produk Lipstik Wardah.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 3.1 Pengukuran Metode PLS.....	38
Gambar 3.2 Langkah-Langkah PLS.....	40
Gambar 4.1 Outer Model dengan <i>factor loading</i> , <i>Path Coefficient</i> dan <i>R-Square</i>	62
Gambar 4.2 Inner Model dengan nilai signifikansi <i>T-Statistic Bootstrapping</i>	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Kuesioner Penelitian	75
Lampiran II. Tabulasi Data	79
Lampiran III. Hasil Olah Data	82

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY PRODUK LIPSTIK WARDAH
DI KOTA SURABAYA**

Oleh:

NADHIYA HANA AUSHAFINA

20012010180/FEB/EM

Abstrak:

Persaingan bisnis dan perkembangan teknologi yang semakin pesat dapat berdampak pada kehidupan masyarakat sehari-hari, termasuk perubahan penampilan di kalangan masyarakat. Penampilan yang dimaksud tidak hanya dalam hal fashion, namun juga penggunaan riasan wajah atau kosmetik. Bertambahnya persaingan bisnis kosmetik mengharuskan perusahaan agar memenuhi ekspektasi calon pembeli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan *perceived value* terhadap *customer loyalty* produk lipstik Wardah di Kota Surabaya.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan produk lipstik Wardah di Kota Surabaya. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Metode pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling* dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Data yang digunakan adalah data primer yang diuji dengan menggunakan SmartPLS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *Brand image* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* produk lipstik Wardah di Kota Surabaya, dan 2) *Perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* produk lipstik Wardah di Kota Surabaya.

Kata Kunci: *Brand Image; Customer Loyalty; Perceived Value*