

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *PACKAGING*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK DOVE DI KOTA
SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

HAFID AKMAL ALAMSAH

21012010115/FEB/EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *PACKAGING*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK DOVE DI KOTA
SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh:

HAFID AKMAL ALAMSAH

21012010115/FEB/EM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2025

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *PACKAGING*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK DOVE DI KOTA
SURABAYA**

Disusun Oleh :

HAFID AKMAL ALAMSAH

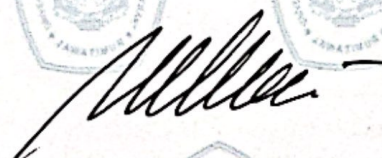
21012010115/FEB/EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 17 Juli 2025**

Pembimbing Utama

Tim Penguji

Ketua


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


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

Anggota


Rizky Dermawan, S.E., M.M.
NIP. 197210042001121001

**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 BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hafid Akmal Alamsah
NPM : 21012010115
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 17 Juli 2025
Yang Membuat Pernyataan



Hafid Akmal Alamsah
NPM. 21012010115

KATA PENGANTAR

Segala puji serta rasa syukur dihaturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan berkat-Nya, sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Sebagai bagian dari penelitian, penyusunan skripsi menjadi salah satu syarat dalam Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.M.T., IPU., CHRA., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pratiwi, M.Si., CFP., 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 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Endang Iryanti, M.M., sebagai dosen wali yang telah memberikan arahan serta motivasi selama penulis menjalani perkuliahan.
5. Bapak Dr. Sugeng Purwanto S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, pengarahan, dan motivasi dalam menyusun skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan.

7. Kedua orangtua saya yang senantiasa memberikan semangat, perhatian, doa dan dorongan moril maupun materil kepada penulis dengan doa restu yang sangat mempengaruhi dalam kehidupan penulis, semoga Allah SWT membalasnya dengan segala keberkahan-Nya.
8. Fitri Dwi Jayanti yang selalu menemani penulis dalam keadaan susah maupun senang. Terimakasih atas kesabarannya mendengarkan keluh kesah penulis serta berkontribusi dalam banyak hal untuk penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Teman-teman Pemuda Beriman yang selalu hadir di setiap langkah. Dukungan, tawa, dan semangatmu menjadikan perjalanan ini lebih ringan dan berarti. Hadirmu sangat berarti dalam proses ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuannya secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Last but not least, terima kasih kepada diri saya sendiri, Hafid Akmal Alamsah. Terima kasih sudah bertahan dan berjuang sampai di titik ini. Terima kasih karena tidak pernah menyerah atas semua yang terjadi sejauh ini yang tentunya semua cobaan yang diberikan tidak akan melebihi batas kemampuan, hal tersebut yang membuat penulis bertahan selama ini. Ingat, kamu sudah sampai di titik ini adalah suatu pencapaian luar biasa

Karena keterbatasan dalam pengetahuan, pengalaman, serta waktu yang tersedia, saya menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh sebab itu, kami sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun guna menyempurnakan karya ini. Semoga proposal penelitian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi masyarakat serta membantu kita semua dalam memperluas pengetahuan dan pemahaman yang telah dimiliki.

Surabaya, 15 April 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
BAB II.....	19
TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Landasan Teori	23
2.2.1 Pemasaran	23
2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	25
2.2.3 Kualitas Produk.....	27
2.2.4 <i>Brand image</i>	32
2.2.5 <i>Packaging</i>	36
2.2.6 Loyalitas Pelanggan	41
2.3 Hubungan Antar Variabel	45
2.4 Kerangka Konseptual	49
2.5 Hipotesis Penelitian.....	49
BAB III	50
METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Metode Penelitian.....	50
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	50
3.2.1 Definisi Operasional.....	50
3.2.2 Pengukuran Variabel	57
3.3 Teknik Penentuan Sampel	58
3.3.1 Populasi.....	58

3.3.2	Sampel.....	58
3.4	Teknik Pengumpulan Data	60
3.4.1	Jenis Data	60
3.4.2	Sumber Data.....	60
3.4.3	Metode Pengumpulan Data	60
3.4.4	Metode Pengumpulan Data	60
3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	61
3.5.1	Teknik Analisis Data	61
3.5.2	Cara Kerja PLS	62
3.5.3	Langkah-Langkah PLS.....	64
3.5.4	Asumsi PLS.....	70
BAB IV		71
HASIL DAN PEMBAHASAN		71
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.2	Deskriptif Hasil Penelitian	72
4.2.1	Analisis Karakteristik Responden	72
4.2.2	Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah.....	73
4.2.3	Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	74
4.2.4	Deskriptif Variabel <i>Brand image</i> (X2).....	75
4.2.5	Deskriptif Variabel <i>Packaging</i> (X3).....	77
4.2.6	Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	79
4.3	Analisis Data PLS	80
4.3.1	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	80
4.3.2	Analisis Model Struktural	83
4.4	Pembahasan	86
4.5	Keterbatasan Penelitian	91
BAB V		92
PENUTUP		92
5.1	Kesimpulan.....	92
5.2	Saran	93
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN		101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Kategori Perawatan Pribadi Tahun 2021-2025.....	5
Tabel 3.1 Skala Likert	58
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	73
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan wilayah penduduk.....	73
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1) ..	74
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Brand image</i> (X2).....	75
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Packaging</i> (X3)	77
Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	79
Tabel 4.7 Nilai <i>Outer Loading</i>	80
Tabel 4.8 <i>Cross Loading</i>	81
Tabel 4.9 Uji Realibilitas.....	82
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>R-Square</i>	84
Tabel 4.11 <i>Model Fit</i>	84
Tabel 4.12 <i>Path Coefficient</i> dan Nilai <i>P-Value</i>	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Pendapatan Industri Personal Care di Indonesia	2
Gambar 1.2 Review Negatif Konsumen Terkait Packaging Dove.....	4
Gambar 1.3 Grafik Top Brand Index Kategori Perawatan Pribadi Tahun 2020 - 2024.....	6
Gambar 1.4 <i>Packaging</i> Dove	7
Gambar 1.5 <i>Review</i> Konsumen Terhadap Produk Dove	11

PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE* DAN *PACKAGING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK DOVE DI KOTA SURABAYA

Oleh

Hafid Akmal Alamsah

21012010115/FEB/EM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, brand image, dan packaging terhadap loyalitas pelanggan produk Dove di Kota Surabaya.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang diukur menggunakan skala *likert*. Teknik penarikan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling* dan mendapatkan jumlah sampel sebanyak 105 responden. Teknik analisis data menggunakan metode analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan software *SmartPLS 4* untuk mengolah data berupa uji validitas, uji realibilitas, struktural model dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, *brand image*, dan *packaging* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk terbukti memberikan kenyamanan dan keamanan dalam pemakaian, *brand image* menciptakan keterikatan emosional dengan konsumen, serta packaging Kemasan yang aman seperti refill anti bocor membantu melindungi produk dan meningkatkan rasa percaya konsumen, sehingga turut menjaga loyalitas pelanggan. Kesimpulan ini merekomendasikan perusahaan untuk memperkuat ketiga aspek tersebut dalam strategi pemasarannya guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan Dove di Surabaya.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Brand Image*, *Packaging*, Loyalitas Pelanggan