

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK GLAD2GLOW
(Studi Pada *Followers* Instagram Glad2Glow)**

SKRIPSI



Oleh :

RISTA ADHALIA FANI

NPM. 21042010008

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK GLAD2GLOW**

(Studi Pada *Followers* Instagram Glad2Glow)

Disusun Oleh:

Rista Adhalia Fani

NPM. 21042010008

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,

**DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK**


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK GLAD2GLOW**

(Studi Pada *Followers* Instagram Glad2Glow)

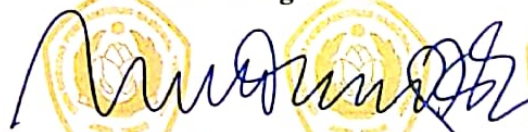
Disusun Oleh :
RISTA ADHALIA FANI
NPM. 21042010008

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 5 November 2025

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Tim Penguji


Indah Respati Kusumasari S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

1. Ketua

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

2. Sekretaris

Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB
NIP. 1986041722020122007

3. Anggota

Indah Respati Kusumasari S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,
DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rista Adhalia Fani
NPM : 21042010008
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir (Skripsi) Tesis/Disertasi* 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) Tesis/Desertasi 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, 07 November 2025
Yang membuat pernyataan



Rista Adhalia Fani
NPM. 21042010008

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas Rahmat dan karunia-nya serta sholawat dan salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Glad2Glow"** (Studi Pada *Followers* Instagram Glad2Glow).

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada ibu Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat, serta motivasi kepada penulis. Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih yang sebanyak- banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M, M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

4. Kedua Orang Tua dan keluarga, yang seluruh memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Surabaya, 01 November 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Pemasaran	18
2.2.2 Citra Merek	21
2.2.3 Harga	25
2.2.4 Kualitas Produk.....	28
2.2.5 Loyalitas Pelanggan	31
2.3 Kerangka Berpikir	35
2.4 Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	40
3.2.1 Definisi Operasional.....	40
3.2.2 Pengukuran Variabel	43
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	44
3.3.1 Populasi.....	44
3.3.2 Sampel.....	44
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	47

3.4.1	Jenis dan Sumber Data	47
3.4.2	Metode Pengumpulan Data	47
3.5	Teknik Analisis Data.....	47
3.5.1	Uji Instrumen Penelitian	48
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	50
3.5.3	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
3.5.4	Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1	Gambaran Umum dan Penyajian Data	56
4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	56
4.1.2	Penyajian Data	57
4.1.3	Deskripsi Variabel Penelitian	59
4.2	Analisis dan Pengujian Hipotesis	69
4.2.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	69
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	72
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
4.2.4	Pengujian Hipotesis.....	77
4.2.4.1	Uji Simultan (F).....	77
4.2.4.2	Uji Parsial (T).....	79
4.3	Pembahasan	85
4.3.1	Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	85
4.3.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	86
4.3.3	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	88
4.3.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	89
4.4	Hasil Penelitian.....	91
BAB V PENUTUP		95
5.1	Kesimpulan.....	95
5.2	Saran	96
DAFTAR PUSTAKA.....		98
LAMPIRAN.....		102

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	41
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran	44
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	41
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran	44
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	59
Tabel 4. 4 Definisi Variabel Citra Merek	60
Tabel 4. 5 Definisi Variabel Harga	62
Tabel 4. 6 Definisi Variabel Kualitas Produk	65
Tabel 4. 7 Definisi Variabel Loyalitas Pelanggan	67
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	70
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4. 10 Hasil Uji Linearitas	73
Tabel 4. 11 Hasil Uji multikolinearitas	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	75
Tabel 4. 13 Hasil Uji Simultan (F)	77
Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial (T)	79
Tabel 4. 15 Matrix Hasil Penelitian.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Glad2Glow.....	4
Gambar 1. 2 Data Pengguna Instagram Di Indonesia Oktober 2024.....	6
Gambar 1. 3 Instagram @glad2glow	7
Gambar 1. 4 Top 10 Brand Paket Kecantikan Terlaris Di E-Commerce	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	37
Gambar 4. 1 Logo Glad2Glow	57
Gambar 4. 2 Normal Probability Test	72
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterokedastisitas	74
Gambar 4. 4 Diagram Analisis Regresi Linear Berganda	75
Gambar 4. 5 Kurva Uji F.....	78
Gambar 4. 6 Kurva Uji T Citra Merek (X1)	80
Gambar 4. 7 Kurva Uji T Harga (X2)	82
Gambar 4. 8 Kurva Uji T Kualitas Produk (X3)	84

ABSTRAK

RISTA ADHALIA FANI, 21042010008, PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK GLAD2GLOW (Studi Pada *Followers* Instagram Glad2Glow)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk Glad2Glow. Latar belakang penelitian didasarkan pada semakin ketatnya persaingan industri kecantikan di Indonesia, sehingga perusahaan dituntut mampu membangun loyalitas pelanggan melalui strategi pemasaran yang tepat. Rumusan masalah difokuskan pada apakah citra merek, harga, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap loyalitas pelanggan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang merupakan followers akun Instagram @Glad2Glow, dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria pernah membeli produk minimal dua kali. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda, dengan uji asumsi klasik, uji F (simultan), dan uji t (parsial). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan citra merek, harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara parsial, citra merek dan harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun, kualitas produk tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa loyalitas pelanggan produk Glad2Glow lebih dipengaruhi oleh persepsi terhadap citra merek dan harga yang terjangkau dibandingkan dengan kualitas produk.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, Glad2Glow.

ABSTRACT

RISTA ADHALIA FANI, 21042010008, THE INFLUNCE OF BRAND IMAGE, PRICE, AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY TO GLAD2GLOW PRODUCTS (A Study of Glad2Glow Instagram Followers)

This study aims to analyze the effect of brand image, price, and product quality on customer loyalty to Glad2Glow products. The background of this study is based on the increasingly fierce competition in the beauty industry in Indonesia, which requires companies to be able to build customer loyalty through appropriate marketing strategies. The research question focuses on whether brand image, price, and product quality have a simultaneous or partial effect on customer loyalty. This study is a quantitative study with an associative approach. The research sample consisted of 100 respondents who are followers of the @Glad2Glow Instagram account, selected using purposive sampling with the criteria of having purchased the product at least twice. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression, with classical assumption tests, F tests (simultaneous), and t tests (partial). The results show that simultaneously, brand image, price, and product quality have a significant effect on customer loyalty. Partially, brand image and price were proven to have a positive and significant effect on customer loyalty. However, product quality did not have a significant effect. These findings indicate that customer loyalty to Glad2Glow products is more influenced by perceptions of brand image and affordability than by product quality.

Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Customer Loyalty, Glad2Glow.