

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN MAKE OVER**

(Studi Pada Mahasiswi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
yang menerapkan Foundation Make Over)

**SKRIPSI**



Oleh:

**NARIYAH ALYA**

**NPM. 20042010045**

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

**2026**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN MAKE OVER**

(Studi Pada Mahasiswi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
yang menerapkan Foundation Make Over)

**SKRIPSI**



Oleh:

**NARIYAH ALYA**

**NPM. 20042010045**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2026**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN  
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MAKE OVER  
(Studi Pada Mahasiswi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa  
Timur yang menerapkan Foundation Make Over)**


**Disusun Oleh :**

**NARIYAH ALYA**  
**NPM. 20042010045**

**Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**


**PEMBIMBING**

*dh.*  
  
**Budi Prabowo, S.Sos., M.M.**  
**NIP. 196210161988031001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK**

  
**Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.**  
**NIP. 196804182021211006**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
MAKE OVER  
(Studi Pada Mahasiswi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa  
Timur yang menerapkan Foundation Make Over)”**

Disusun Oleh :

**NARIYAH ALYA**

**NPM. 20042010045**

Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Proposal Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada Tanggal 22 Mei 2026

Menyetujui,

Pembimbing Utama

*ab.*  
**Budi Prabowo, S.Sos., M.M.**  
**NIP. 196210161988031001**

Tim Penguji :

1. Ketua

*ab.*  
**Dr. Acep Samsudin, M.M., M.A**  
**NIP. 197712042025211022**

2. Sekretaris

*ab.*  
**Budi Prabowo, S.Sos., M.M**  
**NIP. 196210161988031001**

3. Anggota

**Yanda Bara Kusuma, S.AB, M.AB**  
**NIP. 198910302020121007**

*ab.*  
Mengetahui,  
**DEKAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK**

**Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.**  
**NIP. 196804182021211006**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nariyah Alya  
NPM : 20042010045  
Program : Sarjana (S1)  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Fakultas : 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 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, 22 Mei 2026  
Yang membuat pernyataan

  
NARIYAH ALYA  
NPM 20042010045

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Make Over (Studi Pada Mahasiswi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang menerapkan Foundation Make Over)”**. Pelaksanaan proposal ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan program Sarjana di Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada Bapak **Budi Prabowo, S.Sos., M.M.**, selaku dosen pembimbing yang rela meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini diantaranya :

1. Bapak Prof. 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.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan penuh baik moril maupun materil kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Support system Penulis Fatwa Insani, Ayyub Insani dan Teman-teman program studi Administrasi Bisnis khususnya Dinar, Ivan, Novita, Angga, Jasmine, Balqis, Safira dan beberapa lainnya selaku sahabat yang memberikan dukungan dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Dan untuk semua pihak yang telah memberikan doa dan dukungan.

Penulis menyadari bahwasanya proposal skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, masukan berupa kritikan dan saran sangat penulis harapkan demi penyempurnaan proposal skripsi ini. Akhir kata, sekiranya proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Sekian dan terima kasih.

Surabaya, Mei 2026

Penulis

## ABSTRAK

**Nariyah Alya, 20042010045, Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Make Over (Studi Pada Mahasiswi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang menerapkan Foundation Make Over)**

Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas produk, citra merek, dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen mahasiswi UPN "Veteran" Jawa Timur dalam menerapkan *foundation* Make Over. Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif asosiatif dengan instrumen kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji validitas dan reliabilitas, uji F, uji t, serta koefisien determinasi pada taraf signifikansi 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen ( $F = 42,560$ ;  $p < 0,001$ ). Secara parsial, kualitas produk ( $t = 3,359$ ;  $p = 0,001$ ) dan citra merek ( $t = 4,747$ ;  $p < 0,001$ ) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan. Namun, kepercayaan konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen ( $t = 0,563$ ;  $p = 0,575$ ). Citra merek merupakan prediktor yang paling dominan dalam model. Model regresi mampu menjelaskan 57,1% variasi loyalitas konsumen ( $R^2 = 0,571$ ), sedangkan sisanya sebesar 42,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Hasil ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen produk *foundation* didorong kuat oleh reputasi merek dan performa kualitas fisik produk dibandingkan aspek kepercayaan emosional semata.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Konsumen, Loyalitas Konsumen

## ABSTRACT

### THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND CONSUMER TRUST ON CONSUMER LOYALTY TO MAKE OVER

(A Study of Female Students at the Veteran National Development University  
in East Java who use Make Over Foundation)

*This study examines the effect of product quality, brand image, and consumer trust on the consumer loyalty of female students at UPN "Veteran" East Java towards using Make Over foundation. The research employed a quantitative associative design and used a questionnaire distributed to 100 respondents selected through a purposive sampling technique. The data were analyzed using multiple linear regression, classical assumption tests, validity and reliability tests, the F test, the t test, and the coefficient of determination at a 5% significance level. The findings indicate that product quality, brand image, and consumer trust simultaneously have a significant effect on consumer loyalty ( $F = 42.560$ ;  $p < 0.001$ ). Partially, product quality ( $t = 3.359$ ;  $p = 0.001$ ) and brand image ( $t = 4.747$ ;  $p < 0.001$ ) each have a positive and significant effect. Conversely, consumer trust does not exhibit a significant impact on consumer loyalty ( $t = 0.563$ ;  $p = 0.575$ ). Brand image is the most dominant predictor in the model. The regression model explains 57.1% of the variance in consumer loyalty ( $R^2 = 0.571$ ), while the remaining 42.9% is influenced by other factors outside the model. These results show that foundation cosmetics consumer loyalty is highly shaped by brand reputation and product quality performance rather than purely emotional trust factors.*

**Keywords:** *Product Quality, Brand Image, Consumer Trust, Consumer Loyalty*

## DAFTAR ISI

COVER .....	
LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	i
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	10
2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Landasan Teoritis .....	16
2.2.1. Pemasaran.....	16
2.2.2. Kualitas Produk .....	20
2.2.3. Citra Merek.....	23
2.2.4. Kepercayaan Konsumen.....	26
2.2.5. Loyalitas Konsumen .....	32
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	37
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen .....	37
2.3.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas.....	39
2.3.3. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek .....	40
2.4. Kerangka Berpikir .....	42
2.5. Hipotesis .....	43
BAB III METODE PENELITIAN .....	45
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	45
3.1.1 Pendekatan Penelitian .....	45

3.1.2. Jenis Penelitian.....	45
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
3.2.1. Definisi Operasional.....	46
3.2.2. Pengukuran Variabel.....	49
3.3. Populasi dan Sampel.....	50
3.3.1. Populasi.....	50
3.3.2. Sampel.....	51
3.4. Teknik Pengambilan Sampel.....	51
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5.1. Sumber Data.....	52
3.5.2. Pengumpulan Data.....	52
3.6. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	52
3.6.1. Uji Validitas.....	52
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	53
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	54
3.6.4. Uji Normalitas.....	55
3.6.5. Uji Multikolinieritas.....	55
3.6.6. Uji Heteroskedastisitas.....	56
3.6.7. Uji Autokorelasi.....	57
3.6.8. Analisis Regresi linier Berganda.....	58
3.6.9. Uji Hipotesis.....	58
3.6.10. Uji F (Simultan).....	59
3.6.11. Uji T (Uji Parsial).....	59
3.7. Jadwal Penelitian.....	60
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>62</b>
4.1 Hasil.....	62
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
4.1.1.3.....	66
4.1.2 Penyajian Data.....	68
4.2 Analisis Dan Pembahasan.....	72
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	72
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	75
4.2.3 Analisis Regresi Berganda.....	79
4.2.4 Uji Hipotesis.....	81

4.3 Pembahasan .....	84
4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen .....	84
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) .....	87
4.3.3 Pengaruh Citra merek (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y)....	90
4.3.4 Pengaruh Kepercayaan Konsumen (X3) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) .....	93
4.4 Matriks Penelitian .....	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	99
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran .....	100
LAMPIRAN .....	104

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kosmetik Paling Banyak diterapkan 2022.....	5
Gambar 1. 2 Produk Kosmetik Make Over Yang diterapkan Dalam 3 Bulan Terakhir 2020 .....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	43
Gambar 4. 1 Logo PT. Paragon and Innovation.....	62
Gambar 4. 2. Logo Make Over.....	64
Gambar 4. 3. Produk Make Over.....	67
Gambar 4. 4 Foundation Make Over .....	68
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas .....	76
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	79

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel Jadwal Penelitian.....	60
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	69
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	70
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian.....	71
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	71
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas .....	73
Tabel 4. 6 Uji Realibilitas .....	75
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinieritas .....	77
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	78
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	80
Tabel 4. 10 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	81
Tabel 4. 11 Uji Parsial (Uji T) .....	82
Tabel 4. 12 Matriks Penelitian Terdahulu.....	96