

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR
PADA KLINIK KECANTIKAN LONDON BEAUTY CENTER**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

ROSYIDAH AULIA

NPM : 18420113

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2022

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Rosyidah Aulia
NPM : 18420113
Alamat : Jl. Ngingas Selatan RT01, RW01, Waru.
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi & Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediator Pada Klinik Kecantikan London Beauty Center**" bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kamudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Surabaya, 28 Juni 2022

Yang membuat pernyataan



Rosyidah Aulia

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR PADA KLINIK KECANTIKAN
LONDON BEAUTY CENTER

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ROSYIDAH AULIA

NPM: 18420113

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

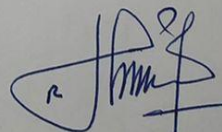


Matheous Tamonsang, SE., M.Si

Anggota Dewan Penguji Lain



Husni Indrawati Wijaya Putri, SE.,MM.

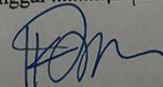


Titik Inayati, SE., MM.,Dr.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal 02 Agustus 2022



Dr. KRISTININGSIH, SE., M.Si
Ketua Program Studi Manajemen

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR PADA KLINIK KECANTIKAN
LONDON BEAUTY CENTER

Diajukan oleh:

ROSYIDAH AULIA

NPM: 18420113

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Matheous Tamonsang, SE., M.Si

NIK/NIP. 93208-ET

Tanggal, 03 Agustus 2022

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si

NIK/NIP. 98283

Tanggal, 03 Agustus 2022

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya, sehingga terselesaikan skripsi saya dengan judul: "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediator pada Klinik Kecantikan London Beauty Center" yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penyusunan Skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, dorongan serta bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

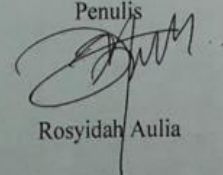
1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. THT-KL (K), FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Matheous Tamonsang, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk mengarahkan dan membimbing dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak Giyana, S.E selaku Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan selama masa perkuliahan berlangsung.

6. Seluruh jajaran Dosen Prodi Manajemen dan Staf fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan banyak bantuan selama proses perkuliahan.
7. Ayah, Ibu, Adik, dan seluruh keluarga yang telah memberikan doa restu dan dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi.
8. Teman-teman seperjuangan dosen pembimbing Yunita, Lely, Yogi dan Ikbal yang saling memberikan dukungan dan motivasi satu sama lain dalam penyusunan skripsi ini.
9. Sahabat tercinta saya Aliyah, Allishah, Ariska, Luthfi, Shima, Faizah, Bella, Vania, Aprielia, Aul, Bella Arista, Echa yang telah memberikan semangat sampai terselesaikan skripsi ini.
10. Taat Andi Wibowo yang senantiasa mengingatkan, memberikan semangat serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman FEB Universitas Wijaya Kusuma Surabaya periode 2018-2022 yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi.

Dalam melakukan penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu kritik dan saran yang akan membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Surabaya, 28 Juni 2022

Penulis



Rosyidah Aulia

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	i
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2. PERUMUSAN MASALAH	9
1.3. TUJUAN PENELITIAN	9
1.4. MANFAAT PENELITIAN	10
1.5. SISTEMATIKA PENULISAN	11
BAB II	12
TELAAH PUSTAKA	12
2.1. LANDASAN TEORI	12
2.1.1. Pemasaran	12
2.1.2. Citra Merek	13
2.1.2.1. Definisi Citra Merek.....	13
2.1.2.2. Indikator Citra Merek.....	14
2.1.2.3. Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	14
2.1.3. Kualitas Layanan.....	15
2.1.3.1. Definisi Kualitas Layanan	16
2.1.3.2. Dimensi-Dimensi Kualitas Layanan	17
2.1.3.3. Indikator Kualitas Layanan	18
2.1.4. Loyalitas Pelanggan	18
2.1.4.1. Definisi Loyalitas Pelanggan	18
2.1.4.2. Dimensi-dimensi Loyalitas Pelanggan.....	19

2.1.4.3. Manfaat Loyalitas Pelanggan	19
2.1.4.4. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	20
2.1.5. Kepuasan Pelanggan	20
2.1.5.1. Definisi Kepuasan Pelanggan.....	20
2.1.5.2. Faktor Kepuasan Pelanggan	21
2.1.5.3. Indikator Kepuasan Pelanggan	21
2.1.5.4. Dimensi-dimensi Kepuasan Pelanggan	22
2.1.6. Hubungan Antar Variabel	22
2.1.6.1. Hubungan pengaruh citra merek dengan loyalitas pelanggan.....	22
2.1.6.2. Hubungan pengaruh kualitas layanan teradap loyalitas pelanggan.....	23
2.1.6.3. Hubungan pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan.	23
2.1.6.4. Hubungan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.....	24
2.1.6.5. Hubungan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. 24	
2.1.6.6. Hubungan citra merek dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.	25
2.2. PENELITIAN SEBELUMNYA.....	26
2.3. ANALISIS DAN HIPOTESIS.....	28
2.3.1. Analisis.....	28
2.3.2. Hipotesis.....	29
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN	31
3.1. PENDEKATAN PENELITIAN.....	31
3.2. POPULASI DAN SAMPEL	31
3.2.1. Populasi.....	31
3.2.2. Sampel.....	31
3.3. IDENTIFIKASI VARIABEL.....	32
3.4. DEFINISI OPERASIONAL.....	33
3.5. JENIS DAN SUMBER DATA	35
3.6. PROSEDUR PENGUMPULAN DATA.....	35
3.7. TEKNIK ANALISIS DATA.....	36
3.7.1. Uji Instrumen	37
3.7.1.1. Uji Validitas	37
2.7.1.2. Uji Reliabilitas.....	37
3.7.2. Uji Hipotesis.....	38
3.7.2.1. Path Analysis.....	38

3.7.2.2. Uji Koefisien determinan	39
3.7.2.3. Uji Sobel (<i>Sobel Test</i>)	40
BAB IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	41
4.2. ANALISIS DESKRIPTIF HASIL PENELITIAN	45
4.2.1. Analisis Data dan Hasil Penelitian	45
4.2.1.1. Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.2.1.2. Berdasarkan Usia.....	46
4.3. PENGUJIAN KUALITAS DATA	47
4.3.1. Uji Validitas	47
4.3.2. Uji Realiabilitas.....	48
4.4. PEMBAHASAN	61
BAB V	65
SIMPULAN SARAN DAN KETERBATASAN.....	65
5.1. SIMPULAN	65
5.2. SARAN.....	66
5.3. KETERBATASAN PENELITIAN.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Klinik Kecantikan Tahun 2017 – 2021	7
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	26
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 3. 2 Skala Likert	36
Tabel 4. 1 Klasifikasi Jenis	46
Tabel 4. 2 Klasifikasi Jenis	47
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolonieritas	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Model 1	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Model II.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	29
Gambar 4. 1 Produk-Produk London Beauty Center	42
Gambar 4. 2 Pemasaran Produk London Beauty Center	44
Gambar 4. 3 Media Promosi Lain	45

DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1 Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 2 Tabulasi Data	78
Lampiran 3 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	96
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik	103
Lampiran 5 Uji Regresi Model I Dan II	105

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Untuk mengetahui pengaruh signifikan citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada London Beauty Center. 2) Untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada London Beauty Center. 3) Untuk mengetahui pengaruh signifikan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada London Beauty Center. 4) Untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada London Beauty Center. 5) Untuk mengetahui pengaruh signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada London Beauty Center. 6) untuk mengetahui peran kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara citra merek dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada London Beauty Center. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah citra merek dan kualitas layanan. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan. Variabel mediasi atau variabel penyela dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *NonProbability Sampling*, dengan kriteria konsumen di Surabaya yang pernah melakukan pembelian produk. Jumlah sampel sebanyak 110 responden. Teknik analisis untuk menguji hipotesis menggunakan Uji Instrumen, uji hipotesis, uji koefisien determinan, uji sobel, *Path Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan sebagai mediasi yang menjelaskan citra merek dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to 1) To determine the significant effect of brand image on customer loyalty at the London Beauty Center. 2) To determine the significant effect of service quality on customer loyalty at the London Beauty Center. 3) To determine the significant effect of brand image on customer satisfaction at the London Beauty Center. 4) To determine the significant effect of service quality on customer satisfaction at the London Beauty Center. 5) To determine the significant effect of customer satisfaction on customer loyalty at the London Beauty Center. 6) To determine the role of customer satisfaction mediating the relationship between brand image and service quality on customer loyalty at the London Beauty Center. The independent variables in this study are brand image and service quality. The dependent variable in this study is customer loyalty. The mediating variable or interrupting variable in this study is customer satisfaction. Sampling was carried out using the Non-Probability Sampling method, with the criteria of consumers in Surabaya who had purchased products. The number of samples 110 respondents. The analysis technique to test the hypothesis is using instrument test, hypothesis test, determinant coefficient test, sobel test, path analysis. The results showed that brand image has a positive and significant effect on customer loyalty, service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant effect. On customer loyalty, customer satisfaction as a mediation that explains brand image and service quality on customer loyalty.

Keywords: Brand Image, Service Quality, Customer Loyalty, Satisfaction.