

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN  
HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KOSMETIK  
MAYBELLINE  
(STUDI PADA MAHASISWA AKTIF FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

**CHAROLINA THERESIA REZA**

NPM : 20420009

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

**2024**

## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Charolina Theresia Reza  
NPM : 20420009  
Alamat : Perum Mutiara Citra Graha F2/7  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **"PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KOSMETIK MAYBELLINE (STUDI PADA MAHASISWA AKTIF FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)"** merupakan hasil karya saya sendiri dan bebas dari plagiasi. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

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

Surabaya, 2 Februari 2024  
Yang membuat pernyataan



**Charolina Theresia Reza**  
**20420009**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN  
HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KOSMETIK**

**MAYBELLINE**

**(STUDI PADA MAHASISWA AKTIF FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)**

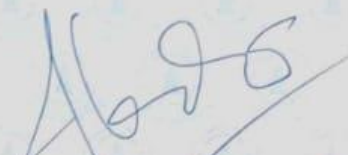
**Diajukan Oleh:**

**CHAROLINA THERESIA REZA**

**NPM : 20420009**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIBING**

  
**Dr. Indahwati, Dra. Ec., M.Si.**

**Tanggal, 23 Jan 2024**

**KETUA PROGRAM STUDI**

  
**Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM**

**Tanggal, 23 Jan 2024**

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI**  
**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN**  
**HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KOSMETIK**  
**MAYBELLINE**  
**(STUDI PADA MAHASISWA AKTIF FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**CHAROLINA THERESIA REZA**

NPM : 20420009

**Susunan Dewan Penguji**

Pembimbing Utama



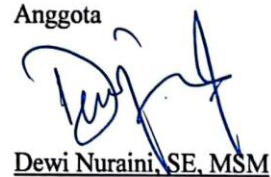
Dr. Indahwati, Dra. Ec., M.Si.

Ketua



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

Anggota



Dewi Nuraini, SE, MSM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 23 Januari 2024



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

Ketua Program Studi

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KOSMETIK MAYBELLINE (STUDI PADA MAHASISWA AKTIF FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA)” dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, serta bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada yang saya hormati :

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., MAK., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE., MM selaku dosen wali yang telah memberikan banyak arahan dan nasihat dari sejak awal perkuliahan.

5. Ibu Dr. Indahwati, Dra. Ec., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta saran dalam proses penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan sangat baik.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu selama proses perkuliahan.
7. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu menyampaikan informasi selama masa perkuliahan.
8. Kepada Kedua Orang Tua dan Kedua Saudara saya yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, nasehat, dan motivasi kepada saya.
9. Rekan seangkatan 2020 Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, terima kasih karena telah memberikan banyak kenangan indah selama masa perkuliahan.
10. Serta kepada pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, baik sebagai pengetahuan tambahan ataupun sebagai referensi.

Surabaya,.....

Penulis

**Charolina Theresia Reza**

## DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	8
1.3    Tujuan Penelitian.....	9
1.4    Manfaat Penelitian.....	9
1.5    Sistematika Penulisan Skripsi.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	12
2.1    Landasan Teori.....	12
2.1.1    Manajemen Pemasaran.....	12

2.1.2	Kepercayaan Merek .....	14
2.1.3	Persepsi Kualitas .....	16
2.1.4	Harga .....	19
2.1.5	Loyalitas Pelanggan .....	22
2.1.6	Hubungan Antara Kepercayaan Merek dengan Loyalitas Pelanggan . .....	25
2.1.7	Hubungan Antara Persepsi Kualitas dengan Loyalitas Pelanggan..	25
2.1.8	Hubungan Antara Harga dengan Loyalitas Pelanggan.....	26
2.2	Penelitian Sebelumnya .....	27
2.3	Hipotesis Penelitian dan Model Analisa.....	29
2.3.1	Hipotesis Penelitian.....	29
2.3.2	Model Penelitian .....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Pendekatan Penelitian.....	31
3.2	Populasi dan Sampel .....	31
3.2.1	Populasi.....	31
3.2.2	Sampel.....	32
3.3	Identifikasi Variabel.....	32
3.4	Definisi Operasional.....	33
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	35



3.5.1	Jenis Data .....	35
3.5.2	Sumber Data.....	36
3.6	Prosedur Pengumpulan Data .....	37
3.7	Teknik Analisis Data.....	37
3.7.1	Uji Instrumen .....	38
3.7.2	Model Analisis dengan Regresi Linier Berganda.....	39
3.7.3	Pengujian Model .....	40
3.7.4	Uji Hipotesis .....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		42
4.1	Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	42
4.2	Deskripsi Responden.....	42
4.2.1	Usia .....	42
4.2.2	Pekerjaan.....	43
4.3	Deskripsi Variabel .....	43
4.3.1	Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek.....	43
4.3.2	Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas .....	44
4.3.3	Statistik Deskriptif Variabel Harga .....	45
4.3.4	Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	46
4.4	Hasil Analisis Data .....	47
4.4.1	Hasil Uji Validitas .....	47

4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	48
4.4.3	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	49
4.4.4	Pengujian Model dengan Uji F dan Koefisien Determinasi.....	51
4.4.5	Hasil Uji Hipotesis dengan Uji t .....	52
4.5	Pembahasan .....	53
4.5.1	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	53
4.5.2	Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	55
4.5.3	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		58
5.1	Simpulan.....	58
5.2	Saran.....	59
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	59
DAFTAR PUSTAKA .....		61
LAMPIRAN.....		66

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Umur Responden .....	42
Tabel 4. 2 Pekerjaan Responden .....	43
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek (X1) .....	43
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas (X2) .....	44
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Harga (X3) .....	45
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	46
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas .....	48
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	49
Tabel 4. 10 Hasil Uji F .....	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Kosmetik yang Paling Banyak Digunakan.....	2
Gambar 1. 2 Penjualan Produk Kosmetik Teratas.....	3
Gambar 1. 3 Gambar Review Produk Maybelline .....	5
Gambar 1. 4 Data Top Brand Award .....	7
Gambar 2. 1 Model Analisa .....	30

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN.....	66
LAMPIRAN II DATA TABULASI.....	71
LAMPIRAN III HASIL OLAH DATA SPSS .....	76

## ABSTRAK

Fokus penelitian ini adalah untuk menilai pengaruh Kepercayaan Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan produk kosmetik Maybelline. Parameter variabel bebas yang diteliti yaitu, kepercayaan merek, persepsi kualitas, dan harga, dengan variabel terikatnya adalah loyalitas pelanggan. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria 1) Perempuan dan merupakan mahasiswi aktif FEB UWKS, 2) Telah melakukan transaksi pembelian produk kosmetik Maybelline, 3) Menggunakan produk secara pribadi, 4) Melakukan pembelian lebih dari 2 kali. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 47 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa kepercayaan merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Di sisi lain, persepsi kualitas tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil uji  $f$  semua variabel bebas dapat digunakan untuk memprediksi Y.

**Kata Kunci : Kepercayaan Merek, Persepsi Kualitas, Harga, Loyalitas Pelanggan**

## ABSTRACT

*The focus of this research is to assess the effect of brand trust, perceived quality, and price on customer loyalty of Maybelline cosmetic products. The parameters of the independent variables studied are brand trust, perceived quality, and price, with the dependent variable being customer loyalty. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University, Surabaya. Sample determination using non probability sampling method with purposive sampling technique with criteria 1) Female and an active student of FEB UWKS, 2) Has made a purchase transaction for Maybelline cosmetic products, 3) Use the product personally, 4) Make purchases more than 2 times. The number of samples in this study were 47 respondents. This study uses multiple linear regression data analysis techniques. The research findings reveal that brand trust has a significant influence on customer loyalty. On the other side, perceived quality does not show a significant influence on customer loyalty and price has a significant effect on customer loyalty. Based on the result of the f test all independent variables can be used to predict Y.*

**Keywords :** *Brand Trust, Perceived Quality, Price, Customer Loyalty*