

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK DAN  
CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
PADA PRODUK SKINTIFIC**

**SKRIPSI**

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



**Diajukan Oleh:**

**YOHANA EUGENIA HARUM**

**NPM : 20420032**

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

**2024**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yohana Eugenia Harum

NPM : 20420032

Alamat : PITAK RT/RW 005/003 Manggarai

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SKINTIFIC”** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku

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

Surabaya, 30 Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan



**Yohana Eugenia Harum**

**NPM : 20420032**

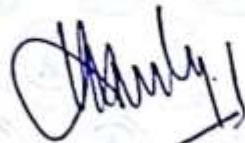
**SKRIPSI**  
**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA**  
**MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK**  
**SKINTIFIC**

Diajukan Oleh :

**YOHANA EUGENIA HARUM**  
**NPM : 20420032**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

**Dosen Pembimbing**



**Wiwik Herawati, SE., MM.**

Tanggal, 29 Januari 2024

**Ketua Program Studi**



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

Tanggal, 30 Januari 2024

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA**  
**MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK**  
**SKINTIFIC**

**Diajukan Oleh :**

**YOHANA EUGENIA HARUM**  
**NPM : 20420032**

**Susunan Dewan Penguji**

**Dosen Pembimbing**



**Wiwik Herawati, SE., MM.**

**Ketua Dewan Penguji**



**Maqbula Arochman, SE., M.Ak**

**Anggota Penguji**



**Dwi Indah Mustikorini, SE., MM**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
Tanggal, 30 Januari 2024

**Ketua Program Studi**



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

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan anugrah dan rahmatnya sehingga penulis diberikan sebuah kesempatan untuk mampu Menyelesaikan Skripsi dengan judul “**Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, dan Citra Merek, Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Skintific**” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program sarjana (S1) Jurusan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Pada kesempatan ini, Penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan, dorongan, dan bimbingan yang ditujukan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini. Untuk itu penulis ingin menyampaikan Terima kasih banyak. saya sampaikan kepada Yth:

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. Bapak Dr. Adrianto Trimarjo, S.E., MM selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Wiwik Herawati, S.E, MM, selaku dosen pembimbing Skripsi atas segala bimbingan, arahan serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Atty Erdiana, SE, M. AK selaku dosen wali Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

6. Bapak dan Ibu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu menyampaikan Informasi kepada penulis.
8. Untuk Alm. Bapak Stefanus Harum yang sudah dipanggil oleh yang kuasa kini saya sudah berada di tahap ini. Terimakasih atas doa dan curahan kasih sayang yang tak terhingga sampai akhirnya saya bisa menyelesaikan skripsi ini, Meskipun pada akhirnya penulis harus berjuang tanpa engkau temani.
9. Untuk mama tercinta mama Maria Yasinta Bule, Terimakasih sebesar-besarnya saya ucapkan atas segala bentuk doa, motivasi dan juga semangat yang telah diberikan kepada saya, terimakasih atas nasehat yang telah diberikan walaupun kadang pikiran kita tidak sejalan, terimakasih atas kesabaran dan kebesaran hati untuk menghadapi penulis yang keras kepala, mama menjadi penguat paling hebat, terimakasih sudah menjadi rumah untuk tempat saya pulang mama, saya persembahkan Skripsi dan gelar ini untuk mama tercinta.
10. Untuk Victor M. R Rianghepat, terimakasih selalu menemani dan memberi semangat saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih karena selalu

menjadi support system saya, terimakasih karena bersedia menjadi pendengar yang baik dari banyak keluhan penyusunan skripsi ini.

11. Untuk Sahabat saya Cindy Syukur yang telah memberikan motivasi, support, dan semangat kepada peneliti serta selalu setia dalam mendengarkan curahan hati saya dalam mengerjakan skripsi.

Surabaya, 30 Januari 2024

Penulis



**Yohana Eugenia Harum**

**NPM : 20420032**

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.1.1.1 Konsep pemasaran .....	10
2.1.2 Pengertian Pengaruh Kepuasan Konsumen .....	13
2.1.2.1 Indikator Pengaruh Kepuasan Konsumen .....	13
2.1.3 Pengertian Kualitas Produk .....	14
2.1.3.1 Indikator Kualitas Produk .....	15
2.1.4 Pengertian Citra Merek .....	16



2.1.4.1	Faktor-faktor yang mempengaruhi citra merek .....	16
2.1.4.2	Indikator Citra Merek .....	17
2.1.5	Pengertian Loyalitas Konsumen .....	17
2.1.5.1	Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas Konsumen .....	18
2.1.5.2	Indikator Loyalitas Konsumen .....	19
2.2	Penelitian Terdahulu .....	19
2.3	Hipotesis .....	20
2.4	Kerangka Konseptual .....	21
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>22</b>
3.1	Pendekatan Penelitian .....	22
3.2	Populasi Dan sampel .....	22
3.2.1.	Populasi .....	22
3.3.2.	Sampel .....	23
3.3	Identifikasi variabel .....	24
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	24
3.4.1	Variabel Independen (Variabel Bebas) .....	24
3.4.1.1	Kepuasan konsumen (X1) .....	24
3.4.1.2	Kualitas Produk (X2) .....	25
3.4.1.3	Citra Merek (X3) .....	25
3.4.2	Variabel Dependen (Variabel Terikat) .....	26
3.4.2.1	Loyalitas Konsumen (Y) .....	26
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	27
3.5.1	Jenis data .....	27
3.5.2	Sumber data .....	27
3.6.	Prosedur Pengumpulan Data .....	28
3.7.	Teknik Analisis .....	29
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif .....	30

3.7.2 Uji Instrumen .....	30
3.7.2.1 Uji Validitas .....	30
3.7.2.2 Uji Reliabilitas .....	30
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	31
3.7.3.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	31
3.7.4 Melakukan Pengujian Hipotesis .....	32
3.7.4.1 Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik T) .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	33
4.1.1 Sejarah Skintific .....	33
4.1.2 Visi dan Misi Skintific .....	33
4.2 Deskripsi Responden .....	34
4.2.1 Berdasarkan Usia Responden .....	34
4.2.2 Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	35
4.2.3 Berdasarkan Program Studi Responden .....	35
4.2.4 Berdasarkan Angkatan Responden .....	36
4.3 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Penelitian .....	36
4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen .....	37
4.3.2 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk .....	37
4.3.3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek .....	38
4.3.4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Konsumen .....	39
4.4 Hasil Uji Instrumen .....	40
4.4.1 Hasil Uji Validitas .....	40
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	41
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	42
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis .....	43
4.6.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	43

4.6.2 Uji Parameter Individual (Uji Statistik t) .....	44
4.7 Pembahasan .....	45
<b>BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
5.1 Kesimpulan .....	48
5.2 Saran .....	48
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>52</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Posisi kosmetik .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	21

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1 Skala Likert .....	29
Tabel 4.1 Data Identitas Responden Mengenai Usia .....	34
Tabel 4.2 Data Identitas Responden Mengenai Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.3 Data Identitas Responden Mengenai Program Studi .....	35
Tabel 4.4 Data Identitas Responden Mengenai Angkatan .....	36
Tabel 4.5 Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen .....	37
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	37
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Citra Merek .....	38
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Konsumen .....	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas .....	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas .....	41
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	42
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji t .....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian .....	52
Lampiran 2 : Tabulasi Data Dan Output .....	57

## ABSTRAK

Penelitian ini meneliti “PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SKINTIFIC)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen (X1), kualitas produk (X2), dan citra merek (X3) terhadap loyalitas konsumen (Y) pada produk Skintific. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan fokus pada pengujian hipotesis dan data yang dapat diukur. Sumber data mencakup data primer dan sekunder, dengan 81 responden dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, yang memenuhi kriteria sebagai konsumen produk Skintific.

"Penelitian ini terbatas pada Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, dan Citra Merek sebagai variabel independen yang memengaruhi Loyalitas Konsumen. Namun, faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi loyalitas konsumen belum dieksplorasi sepenuhnya, memberikan peluang untuk penelitian lebih lanjut dalam mengidentifikasi variabel tambahan yang berkontribusi pada tingkat loyalitas. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner berpotensi menghasilkan hasil yang suboptimal karena mungkin ada kurangnya ke-seriusan responden dalam mengisi kuesioner. Jumlah responden terbatas pada 81 orang, yang dapat membatasi generalisasi temuan pada populasi yang lebih besar.

**Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Citra Merek**

## **ABSTRACT**

This research examines The EFFECT OF CONSUMER SATISFACTION, PRODUCT QUALITY, AND BRAND IMAGE ON CONSUMER LOYALTY IN SKINTIFIC PRODUCTS." "The purpose of this study is to determine the influence of customer satisfaction (X1), product quality (X2), and brand image (X3) on customer loyalty (Y) towards Skintific products. This research employs a quantitative method focusing on hypothesis testing and measurable data. Data sources include both primary and secondary data, with 81 respondents from the Faculty of Economics and Business at Wijaya Kusuma University in Surabaya, who meet the criteria as consumers of Skintific products.

The limitation of this study lies in its narrow focus on Customer Satisfaction, Product Quality, and Brand Image as independent variables influencing Customer Loyalty. However, other potential factors affecting customer loyalty have not been fully explored, providing room for further research in identifying additional variables contributing to the level of loyalty. Additionally, the data collection method using questionnaires may potentially yield suboptimal results due to the possibility of respondents' lack of seriousness in filling out the questionnaires. The number of respondents involved in this study is also limited to 81 individuals, which may limit the generalization of findings to a larger population.

**Keywords: Consumer Satisfaction, Product Quality, Brand Image**