

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN *SKINCARE* POND'S
(STUDI KASUS KONSUMEN WILAYAH SURABAYA SELATAN
KECAMATAN SAWAHAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk menyusun skripsi Program Studi

Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Wijaya Kusuma Surabaya



Diajukan Oleh :

NI PUTU SHINTA DEWI IRAWAN

NPM : 19420071

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2023

SURAT PERNYATAAN PLAGIASI

Nama : Ni Putu Shinta Dewi Irawan

NPM 19420071

Alamat : Jl. Kembang Kuning Kulon 1/15C

Program studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN *SKINCARE* POND’S (STUDI KASUS KONSUMEN WILAYAH SURABAYA SELATAN KECAMATAN SAWAHAN)** “ bukan merupakan plagiasi dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

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

Surabaya, 13 September 2023

Yang membuat pernyataan

A 10,000 Indonesian postage stamp (METERAI TEMPEL) with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the number 59BAKX519414934.

Ni Putu Shinta Dewi I

19420071

SKRIPSI


PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
SKINCARE POND'S
(STUDI KASUS KONSUMEN WILAYAH SURABAYA SELATAN
KECAMATAN SAWAHAN)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

NI PUTU SHINTA DEWI IRAWAN
NPM : 19420071

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA OLEH

DOSEN PEMBIMBING


Lestari, S.E., MM.

Tanggal,

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN


DR. ADRIANTO TRIMARJONO, SE, MM

Tanggal, 9 Agustus 2023

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN *SKINCARE POND'S*
(STUDI KASUS KONSUMEN WILAYAH SURABAYA SELATAN
KECAMATAN SAWAHAN)


Dipersiapkan dan disusun oleh :

NI PUTU SHINTA DEWI IRAWAN

NPM : 19420071

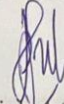
SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



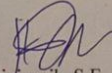
Lestari, S.E., MM.

Ketua Dewan Penguji



Dajah Julindrastuti, S.E., M.Ak.

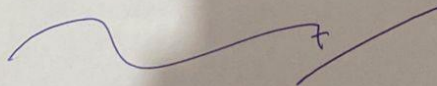
Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Kristiringsih, S.E., M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal.....9 Agustus.....2023



DR. ADRIANTO TRIMARJONO, SE, MM
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang senantiasa memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “ **PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SKINCARE POND’S (STUDI KASUS KONSUMEN WILAYAH SURABAYA SELATAN KECAMATAN SAWAHAN)** “ Dapat diselesaikan dengan baik, sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada program studi Manajmen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Skripsi ini meneliti 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat, variabel bebas yaitu citra merek dan kepercayaan merek, serta variabel terikat yaitu loyalitas konsumen . Penelitian ini berlatar belakang pada loyalitas konsumen *skincare* POND’S di kota Surabaya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis menggunakan uji t.

Skripsi ini tidak akan berhasil tanpa peran serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr., Sp.T.H.T.K.L. (K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

2. Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., MAK. Selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Lestari, S.E., MM. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyempatkan dan meluangkan waktu dalam mengarahkan, membimbing, serta saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Dr. Kristiningsih., SE.,Msi selaku dosen wali yang telah memberikan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan ilmu dalam kegiatan belajar mengajar selama dikampus.
7. Seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang terkait pelayanan administrasi selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua saya, ayah, ibu, adik, dan keluarga yang selalu mendo'akan agar lulus kuliah dengan barokah dan tidak lelah untuk membrikan dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
9. Serta teman – teman saya yang sudah mendukung dan membantu saya dalam mengerjakan skirpsi ini.
10. Semua pihak yang telah memberikan do'a , semangat dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi.

Semoga Allah SWT selalu memberikan limpahan rahmat atas segala jasa dan kebaikan serta bantuan yang diberikan kepada penulis. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, baik sebagai tambahan pengetahuan, maupun untuk penelitian selanjutnya.

Suarabaya, 13 September 2023

Penulis
Ni Putu Shinta Dewi I

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN PLAGIASI	ii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
<u>BAB 1 PENDAHULUAN</u>	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	6
<u>BAB II TELAAH PUSTAKA</u>	8
2.1 Landasan Teori	8
2.2 Citra Merek.....	8
2.2.1 Indikator Citra Merek	10
2.2.2 Faktor – Faktor Pembentuk Citra Merek.....	11
2.3 Kepercayaan Merek.....	14
2.3.1 Indikator Kepercayaan Merek	16
2.4 Loyalitas Konsumen.....	17
2.4.1 Faktor – Faktor Pengaruh Loyalitas Konsumen.....	18
2.4.2 Indikator Loyalitas Konsumen	18
2.6 Hipotesis dan Model Analisis	22
2.6.1 Hipotesis	22
2.6.2 Model Analisis.....	23
<u>BAB III METODE PENELITIAN</u>	24
3.1 Pendekatan Penelitian.....	24

3.2 Populasi dan Sampel.....	24
3.2.1 Populasi	24
3.2.2 Sampel	24
3.3 Identifikasi Variabel.....	26
3.4 Definisi Operasional Variabel	26
3.5 Jenis dan Sumber Data	28
3.5.1 Jenis data	28
3.5.2 Sumber Data	28
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	29
3.7 Teknik Analisis	29
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	30
3.7.3 Uji Regresi Linear Berganda	33
3.7.4 Uji Simultan (Uji F).....	34
3.7.5 Uji Parsial (Uji t)	35
3.7.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.2 Hasil Penelitian.....	38
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian dan Pemakaian <i>Skincare</i> POND'S	40
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	40
4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden	41
4.4 Analisis Data.....	47
4.4.1 Uji Validitas	47
4.4.2 Uji Reliabilitas	48
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.5.1 Uji Normalitas	49
4.5.2 Uji Multikolinieritas	51
4.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	51
4.5.4 Uji Autokorelasi.....	52
4.5.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	53

4.5.6 Uji Simultan (Uji F).....	55
4.5.7 Uji Parsial (Uji t)	56
4.5.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.6 Pembahasan	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	19
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin... ..	38
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pembelian dan Pemakaian.....	40
Tabel 4.4 Kategori Jawaban Responden.....	41
Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai Citra Merek... ..	42
Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Kepercayaan Merek... ..	44
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Loyalttas Konsumen... ..	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas... ..	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis.....	23
Gambar 3.1 Kurva Uji F.....	34
Gambar 3.2 Kurva Uji T	35
Gambar 4.1 Logo POND'S.....	37
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	50
Gambar 4.3 Grafik Hasil Uji.....	50
Gambar 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	52
Gambar 4.6 Hasil Uji Autokorelasi.....	53
Gambar 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	54
Gambar 4.8 Hasil Uji F	56
Gambar 4.9 Hasil Uji T.....	57
Gambar 4.10 Kurva Distribusi T Penaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen	57
Gambar 4.11 Kurva Distribusi Uji T Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	58
Gambar 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner

Lampiran II Penelitian Terdahulu

Lampiran III Tabulasi Data

Lampiran IV Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran V Uji Asumsi Klasik

Lampiran VI Uji Regresi Linear Berganda

Lampiran VII Uji Simuultan (uji f)

Lampiran VIII Uji Parsial (uji t)

Lampiran IX Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Lampiran X Tabel Uji F

Lampiran XI Tabel Uji T

ABSTRAK

Sebagai konsumen terutama konsumen wanita harus benar – benar memilih dengan baik merek *skincare* apa yang akan digunakan untuk perawatan kulit mereka. Tidak sedikit juga *skincare* yang di produksi oleh setiap perusahaan kecantikan dengan berbagai macam merek. Pada pemasaran modern, nama merek yang menonjol untuk memperkuat citra merek seringkali sangat penting untuk diperhatikan konsumen. Citra merek yang kuat bisa didapat dari adanya kepercayaan merek dan loyalitas konsumen selama menggunakan merek tersebut. Tujuan dari penelitian ini ialah guna ketahu apa reputasi Citra Merek punya pengaruh signifikan pada Loyalitas Konsumen dalam menggunakan *skincare* POND'S Wilayah Surabaya Selatan Kecamatan Sawahan dan guna menguji pengaruh Kepercayaan Merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen dalam menggunakan *skincare* POND'S Wilayah Surabaya Selatan Kecamatan Sawahan. Metode analisis yang dipakai pada penelitian ini pakai pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda dengan 100 responden sampel. 1. “Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen terhadap produk *skincare* POND'S Wilayah Surabaya Selatan”. 2. “Dari penelitian diatas yang menyatakan bahwa kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen terhadap produk *skincare* POND'S di Wilayah Surabaya Selatan”.

Kata Kunci : Citra Merek, Kepercayaan Merek, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

As consumers, especially female consumers, must really choose well what skincare brand to use for their skin care. There are also many skincare produced by each beauty company with various brands. In modern marketing, brand names are often very important to be considered by consumers who are differentiating so that they can strengthen the company's brand image. A strong brand image can be obtained from brand trust and consumer loyalty to brand use. This research sought to ascertain if brand image has a major impact on consumer behavior Loyalty in using POND'S skincare in the South Surabaya Region, Sawahan District and to examine the effect of Brand trust on Consumer Loyalty in using POND'S skincare in the South Surabaya Region, Sawahan District. The analysis method used in this research is a quantitative approach with multiple linear regression analysis with a sample of 100 respondents. 1. "From the results of the above research, it states that brand image has no effect on consumer loyalty in POND'S skincare products in the South Surabaya Region". 2. "From the research above which states that brand trust affects consumer loyalty in POND'S skincare products in the South Surabaya Region".

Keywords: Brand image, Brand trust, Costumer Loyalty