



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK ,
PROMOSI DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN *HAND BODY CITRA***

SKRIPSI

**Disusun Oleh:
RITA KURILAH
41218039**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
BUMIAYU
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *HAND BODY CITRA*”**

Oleh

Nama : **RITA KURILAH**

Nim : **41218039**

Program Studi : **S1 Manajemen**

Fakultas : **Ekonomika dan Bisnis**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal 18 bulan Juli tahun 2022

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si

NIDN. 0622059001

Dosen Penguji I

Muhroji, S.E., M. M

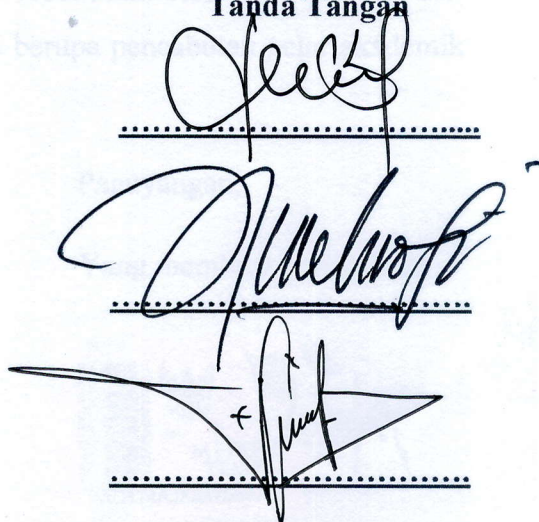
NIDN. 0621058902

Dosen Penguji II

Sugeng Rianto, S.H., M.Si

NIDN. 0611056503

Tanda Tangan

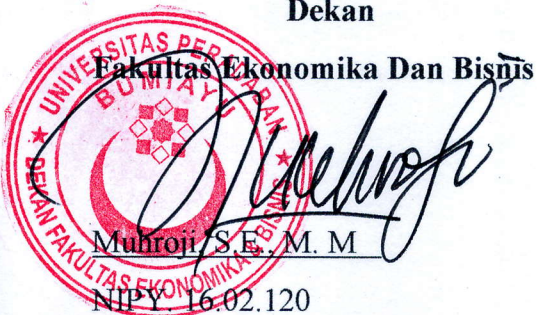


Diterima dan disahkan

Pada tanggal..... 24 AGUSTUS 2022

Dekan

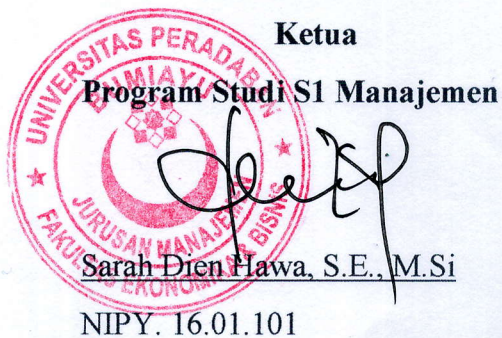
Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Muhroji, S.E., M. M
NIPY. 16.02.120

Ketua

Program Studi S1 Manajemen



Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si
NIPY. 16.01.101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rita Kurilah

NIM : 41218039

Program Studi : S1 Manajemen

Mengatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Paguyangan,

Yang membuat pernyataan



Rita Kurilah

NIM. 41218039

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas izin dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Muh. Kadarisman., S.H., M.Si, selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Muhroji, S.E., M., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E. M.Si, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban sekaligus sebagai dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dari penyusunan proposal sampai skripsi ini selesai.
4. Bapak Muhroji, S.E.,M. M selaku dosen penguji I skripsi penulis.
5. Bapak Sugeng Rianto, S.H., M.Si selaku dosen penguji II skripsi penulis.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban yang telah memberikan dan membekali banyak pengetahuan kepada penulis.
7. Segenap staf Universitas Peradaban, yang telah memberikan layanan kepada penulis.

8. Bapak Rohim dan Ibu Soliha, selaku kedua orang tua penulis yang telah memberikan segalanya baik doa, materi, kasih sayang, motivasi, kesabaran, yang membuat penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi.
9. Abdul Majid selaku kaka penulis yang telah memberikan banyak dukungan baik materi, motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas semua pengorbanan yang telah diberikan kepada peneliti
10. Kelurga Besar tercinta, yang tak henti-hentinya memanjatkan doa dan selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan studi dan dalam menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat seperjuanganku, Ovi, Septi, Shinta, Yuni, Via, Melly, Nining, Diah, Mia, Atik, Hilda, Siti untuk kebersamaan yang kalian berikan, bantuan yang kalian lakukan dan motivasi yang kalian berikan.
12. Teman-teman Program Studi S1 Manajemen angkatan 2018. Terimakasih atas kebersamaan dan keceriaan selama penulis menempuh studi di Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.

13. Berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang namanya tidak dapat penulis sebut satu per satu.

Akhir kata, semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan,

Penulis

Rita Kurilah

41218039

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Promosi dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan *Hand Body* Citra.

Peneitian ini merupakan jenis peneitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah semua orang yang mengetahui tentang *hand body* citra yang jumlahnya tidak diketahui di seluruh wilayah indonesia dan sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden. Metode pengambilan data diperoleh langsung dari pengisian kuesioner oleh responden secara *online* melalui *google form*, uji validitas instrumen menggunakan korelasi *product moment* dan uji reliabilitas menggunakan *alpha cronbach's*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi berganda dan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan tingkat signifikansi cukup tinggi. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji nilai $t_{hitung} = 2,587$ sedangkan nilai t_{tabel} diperoleh angka 1,986 serta menunjukkan angka signifikansi sebesar 0,011 yang berada jauh dibawah 0,05. (2) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelangg. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} = 3,510 > t_{tabel}$ 1,986 dan taraf signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji nilai $t_{hitung} = 2,652 > t_{tabel}$ 1,986 serta menunjukkan angka signifikansi $0,009 < 0,05$. (4) Harga berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji nilai $t_{hitung} = 3,261 > t_{tabel}$ 1,986 serta menunjukkan angka signifikansi $0,002 < 0,05$. Bahwa hipotesis semua variabel independen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 68,641 dengan nilai signifiknsi sebesar 0,000 dan f_{tabel} diperoleh sebesar 2,470 maka dapat dirumuskan $f_{hitung} 68,641 > f_{tabel}$ 2,470 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Promosi dan Harga, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine: The Effect of Product Quality, Brand Image, Promotion and Price on Customer Loyalty of Hand Body Image.

This research is a type of quantitative research. The research population is all people who know about hand body image whose number is unknown in all regions of Indonesia and the sample in this study was 96 respondents. The data collection method was obtained directly from filling out questionnaires by respondents online via google form, testing the validity of the instrument using product moment correlation and reliability testing using Cronbach's alpha. The data analysis used is descriptive analysis, multiple regression analysis and classical assumption test.

The results showed that: (1) Product quality had a positive and significant effect on customer loyalty with a fairly high level of significance. This is shown from the test results $t_{count} = 2.587$ while the t table value is 1.986 and shows a significance number of 0.011 which is far below 0.05. (2) Brand Image has a positive and significant effect on customer loyalty. This is indicated by the value of $t_{count} = 3.510 > t$ table of 1.986 and a significance level of $0.001 < 0.05$. (3) Promotion has a positive and significant impact on customer loyalty. This is shown from the test results $t_{count} = 2.652 > t$ table 1.986 and shows a significance number of $0.009 < 0.05$. (4) Price has a positive and significant effect on customer loyalty. This is shown from the test results $t_{count} = 3.261 > t$ table 1.986 and shows a significance number of $0.002 < 0.05$. That the hypothesis of all independent variables simultaneously has a positive and significant effect on the dependent variable. It can be seen from the results of multiple linear regression analysis that the calculated F value is 68.641 with a significance value of 0.000 and f table is obtained at 2.470, so it can be formulated that f arithmetic is $68.641 > f$ table is 2.470 and a significant value is $0.000 < 0.05$.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Promotion and Price, customer loyalty.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1	
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	
.....	10
A. TELAAH PUSTAKA.....	10
1. Loyalitas Pelanggan.....	10
2. Kualitas Produk.....	12
3. Citra Merek.....	14
4. Promosi.....	16
5. Harga.....	18
B. PERUMUSAN MODEL PENELITIAN.....	19
1. Penelitian Terdahulu.....	19
C. Perumusan Hipotesis.....	23
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	23
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	24
3. Pengaruh Promosi Terhadap Loyaitas Pelanggan.....	25

4. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	26
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	28
A. Metode Penelitian.....	28
1. Jenis Penelitian.....	28
2. Lokasi Penelitian.....	28
3. Waktu Penelitian.....	28
4. Populasi Dan Sempel.....	28
5. Sumber Data.....	30
6. Teknik Pengumpulan Data.....	31
7. Definisi Konsep Dan Oprasional Variabel.....	32
8. Definisi Oprasional Variabel.....	33
B. Teknik Analisis Data.....	36
1. Uji Instrumen.....	36
a. Uji Validitas.....	36
b. Uji Reliabilitas.....	37
2. Analisis Deskriptif.....	38
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
a. Uji T.....	40
b. Uji F.....	42
c. Koefisien Determinasi (R-Squared).....	43
4. Uji Asumsi Klasik.....	43
a. Uji Normalitas.....	44
b. Uji Heteroskedastisitas.....	44
c. Uji Multikolonieritas.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
B. Analisis Data dan Pembahasan.....	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Award Kategori Shampo tahun 2019-2021	2
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 5. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	50
Tabel 6. Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 8. Jawaban Responden Untuk Variabel Loyalitas Pelanggan.....	53
Tabel 9. Jawab Responden Untuk Variabel Kualitas Produk	55
Tabel 10. Jawaban Responden Untuk Variabel Citra Merek	57
Tabel 11. Jawaban Responden Untuk Variabel Promosi	58
Tabel 12. Jawaban Responden Untuk Variabel Harga.....	60
Tabel 13. Hasil Regresi Berganda	62
Tabel 14. Hasil Uji F	64
Tabel 15. Hasil Koefisien Determinasi	65
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas Kolmogorof-Smirnov	66
Tabel 17. Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 18. Hasil Uji Multikolinieritas	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 2. Grafik Normal <i>P-P Plot</i>	66
Gambar 3. Pola Grafik <i>Scatterplot</i>	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2. Tabulasi Data Loyalitas Pelanggan	91
Lampiran 3. Tabulasi Data Kualitas Produk	94
Lampiran 4. Tabulasi Data Citra Merek	97
Lampiran 5. Tabulasi Data Promosi	100
Lampiran 6. Tabulasi Data Harga	103
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	106
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	107
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	108
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Promosi.....	109
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Harga	110
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan	111
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	111
Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek	112
Lampiran 15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi	112
Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	113
Lampiran 17. Hasil Uji Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan.....	114
Lampiran 18. Hasil Uji Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan Lanjutan	115
Lampiran 19. Hasil Uji Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan Lanjutan	116
Lampiran 20. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kualitas Produk	117
Lampiran 21. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kualitas Produk Lanjutan	118

Lampiran 22. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kualitas Produk Lanjutan	119
Lampiran 23. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kualitas Produk Lanjutan	120
Lampiran 24. Hasil Uji Analisis Deskriptif Citra Merek.....	121
Lampiran 25. Hasil Uji Analisis Deskriptif Citra Merek Lanjutan.....	122
Lampiran 26. Hasil Uji Analisis Deskriptif Promosi	123
Lampiran 27. Hasil Uji Analisis Deskriptif Promosi Lanjutan.....	124
Lampiran 28. Hasil Uji Analisis Deskriptif Harga.....	125
Lampiran 29. Hasil Uji Analisis Deskriptif Harga Lanjutan	126
Lampiran 30. Hasil Uji Analisis <i>Descriptive Statistics</i>	127
Lampiran 31. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	128
Lampiran 32. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	129
Lampiran 33. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	130
Lampiran 34. Hasil Uji Normalitas Histogram dan Normal <i>P-Plot</i>	131
Lampiran 35. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Gletjer dan <i>Scatterplot</i> ..	132
Lampiran 36. Hasil Uji Multikolinieritas.....	133
Lampiran 37. Riwayat Hidup Penulis	134