

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, CITRA MEREK, DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK KOSMETIK
WARDAH DI SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas Dan Memenuhi Syarat-syarat Guna
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

OLEH

Monika Paulina

NIM : C0116017

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TUNAS PEMBANGUNAN SURAKARTA

2020

iii

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Surakarta,

Disetujui dan Diterima Baik

Untuk dipertahankan

Pembimbing II



(Dra. Mrihrahayu R, MM)

NIDN :0602025901

Pembimbing I



(Drs. Trio Handoko, MM)

NIDN : 0630055901

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, CITRA MEREK, DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK KOSMETIK
WARDAH DI SURAKARTA**

Oleh

Monika Paulina

NIM : C.0116017

Skripsi ini Telah dipertahankan dan Diterima dengan Baik Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

Tanggal : 31 Agustus 2020

Tempat : Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Drs. Laksono Sumarto, MM (Ketua)
2. Abdullah zailani, SE, S.Ag, M.Pd, M.Si (Sekretaris)
3. Drs. Trio Handoko, MM (Anggota)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Tunas Pembangunan
Surakarta


(Drs. Trio Handoko, MM) 'NIDN : 0630055901

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi dengan judul : PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, CITRA MEREK, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI SURAKARTA adalah karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atas karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan tata etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut dengan plagiatisme.
2. Hak intelektual atas karya ilmiah ini saya serahkan sepenuhnya kepada Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.

Atas pernyataan ini, apabila dikemudian hari ditemukan ketidakbenaran atas skripsi yang saya tulis, saya bersedia menanggung sanksi yang diberikan kepada saya.

Surakarta, 24 September 2020

Penulis

Monika Paulina

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.

(QS. Al Baqarah: 286)

Dan Dia mendapatimu sebagai seorang yang bingung, lalu Dia memberikan petunjuk. (QS. Ad-Duha: 7)

Cukuplah Allah menjadi penolong kami dan Allah adalah sebaik-baiknya pelindung. (QS. Al Imran: 73)

Kupersembahkan Untuk

- Kedua Orang Tuaku
- Sahabat Sahabatku
- Teman Teman Seperjuangan
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis
- Almamaterku

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah senantiasa emberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga dapat terselesainya skripsi ini dengan judul “PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, CITRA MEREK, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI SURAKARTA”

Penelitian ini menjelaskan tentang pengertian, loyalitas konsumen atau secara khusus membahas tentang Kepuasan konsumen, Citra merek, Promosi yang berpengaruh terhadap Loyalitas konsumen. Diharapkan dengan adanya penelitian skripsi ini dapat memberikan informasi kepada kita semua maupun peneliti selanjutnya tentang Loyalitas Konsumen.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya bantuan dan kerjasama dari pihak lain. Disamping rasa syukur yang tidak terhingga atas segala nikmat yang telah diberikan oleh Allah SWT, Penulis juga mengutarakan rasa terimakasih kepada pihak lain. Maka pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendorong terwujudnya skripsi ini, khususnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir Tresna Priyana Soemardi, S.E, M.SE., sebagai Rektor Universitas Tunas Pembangunan Surakarta.
2. Bapak Drs. Trio Handoko, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pebangunan Surakarta dan Wakil dekan I Ibu Dra. Mrih Rumaningsih, M.M, beserta ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonmi dan Bisnis Bapak Drs. M Nurhadi S, M.M.
3. Bapak Drs. Trio Handoko selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dra. Mrih Rumaningsih, M.M selaku Dosen Pembimbing II, yang telah membimbing serta membantu mulai dari awal hingga selesai penyusunan skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tunas Pembangunan Surakarta yang telah membagikan ilmunya demi memperluas wawasan penulis. Beserta seluruh staf yang telah membantu serta memberikan kemudahan fasilitas dalam rangka penyusunan skripsi.
5. Kepada Pimpinan Distributor PT.PTI Surakarta, Supervisor kosmetik brand Wardah, dan BA kosmetik brand Wardah yang senantiasa membantu kelancaran dan memberikan kemudahan penulis dalam penelitian.
6. Kepada kedua Orang Tua, Ayahanda Misdi, ibunda Harni yang sudah membesarkan dan mendukung segala tindakan penulis baik secara financial maupun emosional, serta selalu mendoakan kelancaran dan kesuksesan penulis.
7. Kepada sahabat Novia Anggriani, Tyas Galuh P, Galuh Resti S, Nia Yuliani, Ayu Tia P, serta teman sejawat Dinda Ayu Istiqomah, Nadila Aulia Putri dan seluruh teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan motivasi, inspirasi serta dukungan dalam pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu kami harapkan demi kesempurnaan penelitian ini. Dengan kerendahan hati penulis memohon maaf atas segala kekurangan. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi diri pribadi penulis, almamater dan penelitian selanjutnya. Amin.

Surakarta, Juli 2020

Penulis

Monika Paulina

NIM: C0116017

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, CITRA MEREK, DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK KOSMETIK
WARDAH DI SURAKARTA**

Oleh

Monika Paulina

NIM: C0116017

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh kepuasan konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada produk kosmetik Wardah. (2) Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada produk kosmetik Wardah. (3) Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen pada produk kosmetik Wardah.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Metode yang digunakan untuk menentukan sampel berupa random sampling sehingga didapat jumlah 40 responden. Data responden didapat dengan penyebaran angket yang telah disusun kepada responden baik secara langsung maupun online.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh lemah, dimana secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen sebesar 15,3%. Citra merek berpengaruh lemah, dimana secara parsial berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen sebesar 13,8%. Promosi berpengaruh lemah, dimana secara parsial berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen sebesar 2,76%. Kepuasan konsumen, Citra merek, Promosi secara simultan berpengaruh positif dan simultan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Citra Merek, Promosi, Loyalitas Konsumen

**THE EFFECT OF CONSUMER SATISFACTION, BRAND IMAGE, AND
PROMOTION ON CONSUMER LOYALTY WARDAH COSMETIC
PRODUCTS IN SURAKARTA**

ABSTRAK

This study to determine : (1) the effect of consumer satisfaction on consumer loyalty to wardah cosmetic products (2) the effect of brand image on consumer loyalty to wardah cosmetic products (3) the effect of promotion on consumer loyalty to wardah cosmetic products

This research is a quantitative study with data analysis techniques used are multiple linier regressin analysis. The method used to determine the sample in the form of random sampling to obtain a number of 40 respondesnts. Respondent dara obtained by distributing questionnaires that have been complid to respondents both offline and online.

The results showed that the consumer satisfaction has a weak effect, which partially has a positive but not significant effect on consumer loyalty of 15,3%. Brand image has a weak effect, which partially has a positive but not significant effect on consumer loyalty of 13,8%. Promotion has a weak effect, which partially has a negative and not significant effect on consumer loyalty of 2,76%. Consumer satisfaction, brand image, and promotion simultaneously have a positive and simultaneous effect on consumer loyalty.

Keywords : Consumer Satisfaction, Brand Image, Promotion, Consumer Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	iii
Persetujuan Dosen Pembimbing	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
PRAKATA	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
E. Metodologi Penelitian	4
F. Sistematika Skripsi	5
BAB II : LANDASAN TEORI	7
A. Tinjauan Teori	7
B. Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Penelitian	19
D. Hipotesis	20

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
A. Ruang Lingkup Penelitian	21
B. Populasi dan Sampel	21
C. Variabel Penelitian	22
D. Sumber Data	22
E. Teknik Pengumpulan Data	24
F. Uji Kualitas Data	24
G. Uji Asumsi Klasik	26
H. Analisis Regresi Berganda	28
I. Uji Hipotesis	28
 BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	 31
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	31
B. Sejarah Singkat Perusahaan	31
C. Letak Geografis Obyek Penelitian	32
D. Struktur Organisasi	32
E. Visi dan Misi	33
F. Produk Kosmetik Wardah	34
 BAB V : ANALISI DATA DAN PEMBAHASAN	 35
A. Responden	35
B. Hasil Uji Kualitas Data	35
C. Hasil Uji Asumsi Klasik	40
D. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	44
E. Hasil Uji Hipotesis	45
F. Pembahasan Hasil Penelitian	49
 BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN	 52
A. Kesimpulan	52
B. Saran	52

DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

TABEL III.1 : Penilaian Skala Likert.	23
TABEL III.2 : Tabel Tingkat Reliabilitas.	26
TABEL V.1 : Uji Validitas Pertanyaan Kepuasan Konsumen.	35
TABEL V.2 : Uji Validitas Pertanyaan Citra Merek.	36
TABEL V.3 : Uji Validitas Pertanyaan Promosi.	37
TABEL V.4 : Uji Validitas Pertanyaan Loyalitas Konsumen	37
TABEL V.5 : Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen.	38
TABEL V.6 : Uji Reliabilitas Citra Merek.	39
TABEL V.7 : Uji Reliabilitas Promosi.	39
TABEL V.8 : Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen.	40
TABEL V.9 : Uji Normalitas.	41
TABEL V.10 : Uji Multikolinearitas.	42
TABEL V.11 : Uji Heterokedastisitas.	43
TABEL V.12 : Analisis regresi.	44
TABEL V.13 : Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).	46
TABEL V.14 : Uji Parsial (Uji t).	47
TABEL V.15 : Uji Simultan (Uji f).	48