

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK THE BODYSHOP CIPINANG INDAH
JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen (SM)

Oleh :

Mega Septiani

NPM. 41183402170224



Program S-1

Jurusan Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM "45"

FAKULTAS EKONOMI

BEKASI

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

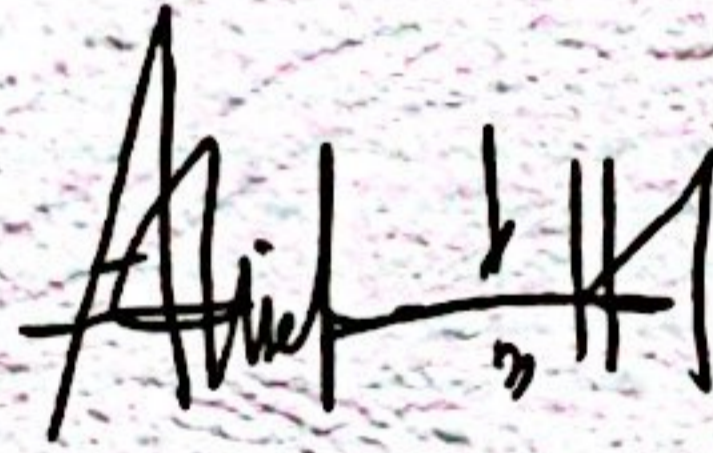
**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK THE BODYSHOP
CIPINANG INDAH JAKARTA**

Tanggal : 13 Juli 2022

Oleh

Mega Septiani
NPM : 41183402170224

Disetujui,
Pembimbing



Tri Elsa Susilawati, S.E., M.B.A.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK THE BODYSHOP
CIPINANG INDAH JAKARTA**

Tanggal : 20 Juli 2022

Oleh

Mega Septiani

NPM : 41183402170224

Diuji oleh,

Penguji I

Penguji II

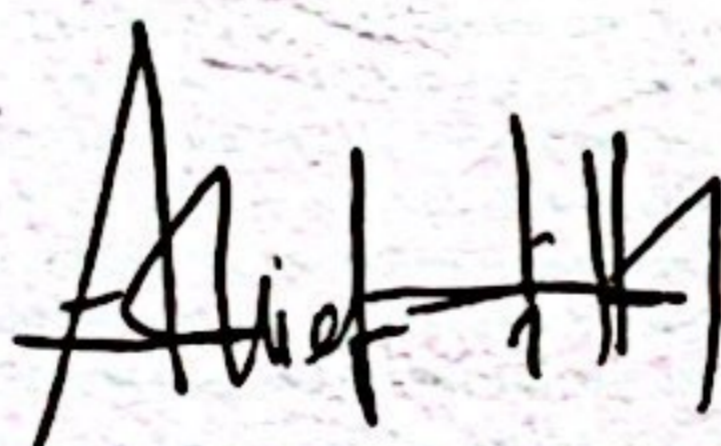


Dr. Rianti Setyawasih, Ir., M.E.



Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Mengetahui,
Pembimbing



Tri Elsa Susilawati, S.E., M.B.A.

Dekan Fakultas Ekonomi



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mega Septiani
NPM : 41183402170224
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
E-mail : megachaniago94@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa penelitian saya yang berjudul "Pengaruh Citra merek dan Kualitas Prodak terhadap Loyalitas Konsumen pada Prodak The Body Shop Cipinang Indah Jakarta" merupakan hasil karya saya selaku penulis. Apabila terbukti bukan hasil karya saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian lembar pernyataan ini dibuat dsebagaimana mestinya.

Bekasi, 20 Juli 2022
Yang membuat pernyataan



41183402170224

ABSTRAK

Mega Septiani (41183402170224)

Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk The BodyShop Cipinang Indah Jakarta
xii+ 50 halaman + 17 tabel + 4 gambar

kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk dan Loyalitas Konsumen

Penelitian ini membahas mengenai citra merek & kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen The Body Shop. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada produk The BodyShop Cipinang Indah Jakarta.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder, yang didapat dengan melakukan observasi, wawancara dan kuesioner. Populasi sebanyak 100 subyek yang tergolong esensial. Untuk metode sampling menggunakan metode purposive sampling yang jumlah populasinya yang tidak diketahui secara pasti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi Citra Merek yang memiliki nilai probabilitas $0.00 > 0,05$ artinya signifikan. Dan hasil penelitian Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Karena nilai t variabel penggunaan yang dirasakan adalah 0.934. Hal ini juga diperjelas oleh variabel persepsi kemudahan yang memiliki nilai probabilitas sebesar $0.352 > 0.05$ artinya tidak signifikan. Dan hasil Persepsi citra merek, persepsi kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen karena ditunjukkan bahwa F hitung lebih besar daripada F tabel ($2545.572 > 2,47$) dan nilai signifikansi sebesar yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_05 ditolak. Maka, Persepsi citra merek, persepsi kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen..

Daftar Pustaka: 50 (2000-2020)

ABSTRACT

Mega Septiani (41183402170224)

The Effect of Brand Image and Product Quality on Consumer Loyalty in TheBodyShop
Cipinang Indah Jakarta's Products

xii+ 50 pages + 17 tables + 4 pictures

keywords : Brand Image, Product Quality and Consumer Loyalty

This study discusses the brand image & product quality affect consumer loyalty The Body Shop. The purpose of this study was to determine the effect of brand image and product quality on consumer loyalty to the product of The BodyShop Cipinang Indah Jakarta.

This study uses a descriptive method with a quantitative approach. The data used are primary data and secondary data, obtained by conducting observations, interviews and questionnaires. The population is 100 subjects which are classified as essential. For the sampling method using purposive sampling method whose population is not known with certainty.

The results showed that the brand image perception variable which has a probability value of $0.00 > 0.05$ means that it is significant. And the results of the study Product quality variables affect consumer loyalty. Because the t value of the perceived use variable is 0.934. This is also clarified by the perceived convenience variable which has a probability value of $0.352 > 0.05$ which means it is not significant. And the results of brand image perception, product quality perceptions simultaneously have a significant effect on consumer loyalty because it is shown that F count is greater than F table ($2545.572 > 2.47$) and a significance value of less than 0.05 ($0.000 < 0.05$).), and it can be concluded that H_a5 is accepted and H_05 is rejected. So, perception of brand image, perception of product quality simultaneously has a significant effect on consumer loyalty.

Bibliography: 50 (2000-2020)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim. Assalamualaikum

Wr. Wb.

Alhamdulillah rabbil alaamiin puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ***"Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk The BodyShop Cipinang Indah Jakarta"***

Skripsi diajukan untuk melengkapi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam "45" Bekasi. pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan, bimbingan dan saran kepada:

1. Ibu Tri Elsa Susilawati, S.E., M.B.A. selaku dosen pembimbing yang baik dengan sabar, bersemangat dan begitu perhatian sehingga mampu membuat penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Rinda Siaga Pangestuti, S.E., MSM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam "45" Bekasi.
3. Ibu Isti Pujihastuti, S.E., M.E selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam "45" Bekasi
4. Seluruh Dosen Manajemen yang telah berjasa memberikan ilmunya, serta seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam "45" Bekasi.
5. Orang tua tercinta Bapak Dani, Ibu Sumarni dan kakak-kakakku serta adik-adikku yang telah dengan tulus memberikan kasih sayang, cinta, pengorbanan dan selalu mendukungku.
6. Para Sahabatku Khususnya Yunita, Setiawati, Diah Komalasari, Vivi Afriani, Alifah, Nurman, Ardy pambudi, Kris Anggara Prasetya, Topaz Rindiani, Kevin Ibrahim, Umar Iskandar, Mugnia, Septian Rizki Wahda. Serta Keluarga besar

Kelas Manajemen Reg C yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih do'a, bantuan, dan motivasinya.

7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penelitian skripsi ini.
8. Teman-teman kerjaku Martin Ratu Udju, Dwi Fitriani, Dita Ayu Ningtias., dan Erlina Triana, S.M. Terima kasih sudah menjadi pendengar terbaik dan selalu memberikan dukungan selama proses penulisan skripsi.

Semoga Allah Subhanahu Wata'ala memberikan rahmat dan karunia-Nya serta membalas semua amal kebaikan dari semua pihak yang telah membantu saya selama proses penulisan skripsi ini. Besar harapan saya semoga isi yang terkandung dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya pribadi maupun pembaca pada umumnya. Tidak lupa saran dan kritik kearah kemajuan dan membangun selalu saya harapkan dan sambut dengan senang hati untuk perbaikan dalam penulisan karya ilmiah berikutnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bekasi, 20 Juli 2022

Penulis,



Mega Septiani

NPM.

41183402170224

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.5 Sistematika Pelaporan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Definisi Loyalitas Konsumen	10
2.1.2 Definisi Citra Merek.....	12
2.1.3 Definisi Kualitas Produk	15
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.4 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Metode Penelitian.....	28
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3.3 Populasi	29
3.4 Sampel Penelitian	29

3.5	Jenis dan Sumber Data	29
3.6	Teknik Pengumpulan Data	30
3.7	Instrumen Penelitian	30
3.7.1	Definisi Konseptual	31
3.7.2	Definisi Operasional	32
3.8	Teknik Analisis Data	33
3.8.1	Uji Validitas	33
3.8.2	Uji Reabilitas	34
3.9	Uji Asumsi Klasik	35
3.9.1	Uji Normalitas	35
3.9.2	Uji Multikolinearitas	36
3.9.1	Uji Heteroskedastisitas	36
3.10	Pengujian Hipotesis	37
3.10.1	Uji t	37
3.10.2	Uji f	38
3.10.3	Uji Koefisien Determinasi	39
3.11	Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
BAB IV PEMBAHASAN.....		41
4.1	Hasil Penelitian.....	41
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	41
4.1.2	Tempat dan Waktu Penelitian	43
4.1.3	Populasi dan Sampel.....	43
4.2	Analisis Deskriptif.....	44
4.3	Analisis Data	51
4.3.1	Uji Validitas.....	51
4.3.2	Uji Reabilitas	54
4.4	Uji Asumsi Klasik	55
4.4.1	Uji Normalitas	55
4.4.2	Uji Multikolinearitas	56
4.4.3	Uji Heteroskedasrisitas	57

4.5	Pengujian Hipotesis	58
4.5.1	Uji t	58
4.5.2	Uji f	59
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi	62
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.7	Pembahasan.....	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		68
5.1	Simpulan.....	68
5.2	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....		70