

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PRODUK *SCARLETT BODY LOTION***

*(Studi Kasus Pelanggan Produk Scarlett Pada Female Daily)*

***THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE AND BRAND  
TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION SCARLETT BODY  
LOTION PRODUCTS***

*(Case Studies On Product Scarlett Customers Female Daily)*

Oleh

Nia Aprilia

2018410035

**SKRIPSI**



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA**

**2022**

**PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PRODUK SCARLETT BODY LOTION**


***THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE AND BRAND  
TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION SCARLETT BODY  
LOTION PRODUCTS***

Oleh:


**Nia Aprilia  
2018410035**

**SKRIPSI**

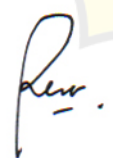
Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu  
Ekonomi Program Studi Manajemen/Akuntansi pada Universitas Darma Persada  
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal 22 Februari 2022  
Seperti tertera dibawah ini  
Jakarta, 22 Februari 2022




**Ellena Nurfazria Handayani, S.E.M.M**  
Dosen Pembimbing



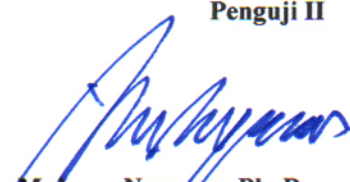
**Dr. Firsan Nova**  
Penguji I



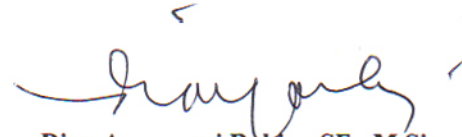
**Resa Nurlaela Anwar, SE.,MM**  
Penguji II



**Ellena Nurfazria Handayani, S.E.M.M**  
Penguji III



**Mu'man Nuryana, Ph. D**  
Dekan Fakultas Ekonomi



**Dian Anggraeni Rahim, SE., M.Si**  
Ketua Program Studi

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nia Aprilia

NIM : 2018410035

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Pengaruh Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk *Scarlett BodyLotion*** yang dibimbing oleh ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E, M.M adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Bekasi, 22 Februari 2022

Yang mem



Nia Aprilia

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan dan kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan produk *Scarlett Body Lotion*. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengguna produk Scarlett pada *female daily*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan dan kepercayaan merek secara keseluruhan/ simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan nilai probabilitas/ sig. (0,000) lebih kecil dari taraf probabilitas ( $\alpha$ ) = 0,05. Adapun rumus persamaan regresi yang didapat adalah  $Y = 2,925 + 0,661X_1 + 0,741X_2$ , yang artinya arah peengaruhnya positif atau searah. Semakin baik nilai koefisien regresi berganda, maka semakin baik penambahan tingkat kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci :** Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of customer experience and brand trust on customer satisfaction with Scarlett Body Lotion products. This research was conducted using data collection methods by distributing questionnaires to 100 respondents using Scarlett products on female daily. The sampling technique used is purposive sampling. The data was then analyzed using Multiple Linear Regression analysis. The results of the study indicate that customer experience and brand trust as a whole have an influence on customer satisfaction, this is evidenced by the probability/sig value. (0.000) is smaller than the probability level ( $\alpha$ ) = 0.05. The regression equation formula obtained is  $Y = 2.925 + 0.661X_1 + 0.741X_2$ , which means that the direction of influence is positive or one-way. The better the value of the multiple regression coefficient, the better the increase in the level of customer satisfaction.*

**Keywords:** *Customer Experience, Brand Trust, Customer Satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hikmatnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENGALAMAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PRODUK SCARLETT BODY LOTION”** sebagai salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada Jakarta Timur.

Penulis sangat menyadari bahwa proposal skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna karena mungkin banyak kekurangan dalam pembuatannya, sehingga penulis berharap kepada pembaca agar dapat memberi masukan serta sarannya.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah banyak membantu dan memberi dukungan serta doa kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing dalam skripsi ini. Terima kasih telah meluangkan waktu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua saya tercinta yang selalu memberi dukungan, motivasi, dan doa serta perhatiannya sepanjang waktu kepada saya hingga selesainya proposal skripsi ini .
3. Ibu Melani Quintania, S.E., M.Pd. selaku dosen Pembimbing Akademik.

4. Bapak Mu'man Nuryana Ph.d selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
6. Bapak/Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh Karyawan dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah banyak membantu dari awal perkuliahan sampai penulis menyelesaikan proposal skripsi ini.
7. Terkhusus peneliti ucapkan terima kasih kepada Aghil Kusuma dengan penuh kesabaran, perhatian, dan pengorbanan membantu peneliti demi terselesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada sahabat – sahabat Shania, naufal, vivi dan ines yang telah memberikan motivasi dan dorongan demi terselesaikan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada rekan – rekan seperjuangan saya mayang, indah, siska, alda, bila, rahma dan nuryanah yang telah berjuang bersama-sama.

Demikian skripsi ini dibuat penulis, berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Bekasi, 22 Februari 2022

Nia Aprilia

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi, Pembahasan dan Rumusan Masalah .....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	10
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	11
1.2.3 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Kegunaan Penelitian .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>14</b>
2.1 Landasan Teori .....	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	14
2.1.2 Buaran Pemasaran .....	16
2.1.3 Perilaku Konsumen .....	19
2.1.4 Pengalaman Pelanggan .....	20
2.1.5 Citra Merek .....	27
2.1.6 Kepercayaan Merek .....	28
2.1.7 Kepuasan Pelanggan .....	32
2.2 Penelitian Terdahulu .....	40
2.3 Kerangka Pemikiran.....	43



2.4 Hipotesis Penelitian.....	45
2.5 Paradigma Penelitian.....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Metode Yang Digunakan .....	46
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....	47
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	47
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data.....	55
3.4.1 Sumber dan Jenis Data .....	55
3.4.2 Penentuan Data.....	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....	60
3.6.1 Rancangan Analisis .....	60
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	62
3.6.3 Alat dan Analisis Data.....	65
3.6.4 Uji Hipotesis.....	68
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>70</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	70
4.1.1 Sejarah Scarlett Whitening.....	70
4.2 Karakteristik Responden .....	71
4.2.1 Perhitungan Responden Berdasarkan Usia .....	71
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	72
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	73
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	73
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Darimana Pelanggan Mengetahui Produk Scarlett Body Lotion ....	74
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk Scarlett Body Lotion .....	75

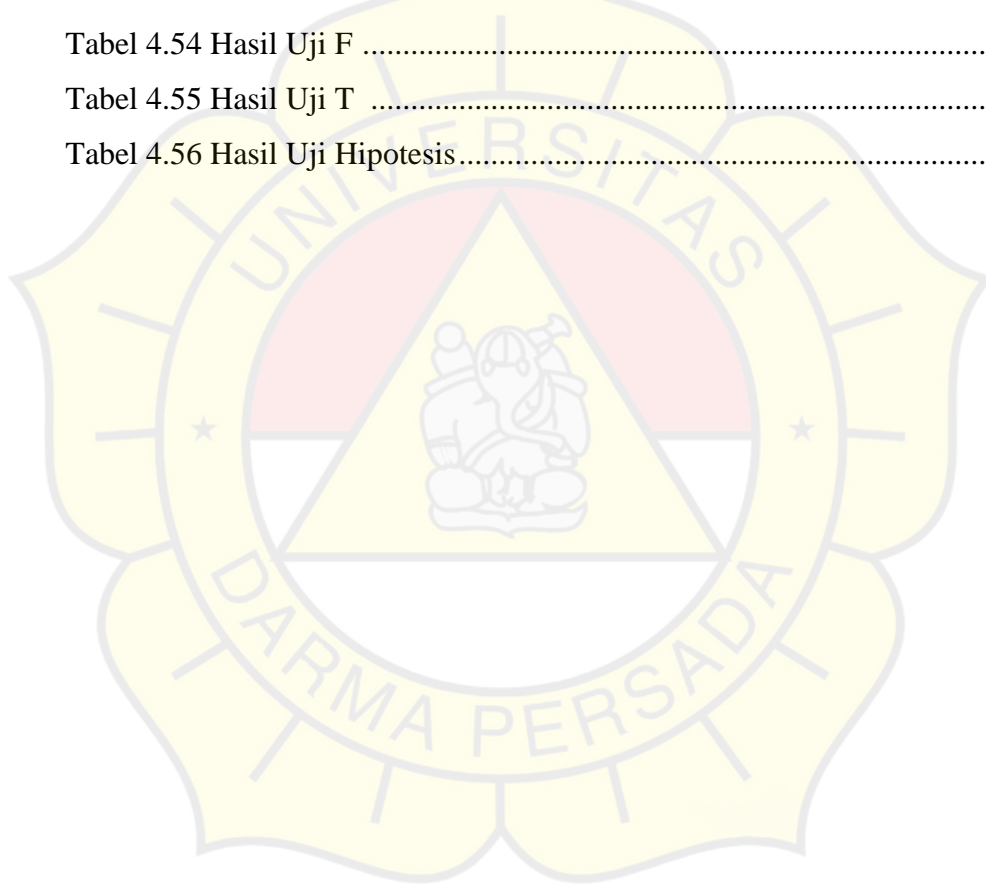
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Produk Scarlett Body Lotion.....	76
4.2.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata – Rata Pengeluaran Perbulan Untuk Berbelanja Produk Scarlett Body Lotion.....	76
4.2.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Varian Body Lotion Yang Sering Dibeli .....	78
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	79
4.3.1	Variabel Pengalaman Pelanggan.....	79
4.3.2	Variabel Kepercayaan Merek.....	94
4.3.3	Variabel Kepuasan Pelanggan .....	100
4.4	Uji Keabsahan Data.....	115
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	117
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	122
4.7	Uji Hipotesis .....	124
4.8	Pemecahan dan Masalah .....	128
	<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>132</b>
5.1	Kesimpulan.....	132
5.2	Saran.....	132
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>134</b>
	<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>137</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jenis Produk Scarlett .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	41
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	49
Tabel 3.2 Skala Likert .....	59
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	66
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	71
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	72
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	72
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	73
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	74
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Darimana Pelanggan Mengetahui Produk Scarlett Body Lotion.....	75
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk Scarlett Body Lotion .....	76
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Produk Scarlett Body Lotion .....	77
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan Untuk Berbelanja Produk Scarlett Body Lotion.....	78
Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Varian Body Lotion Yang Sering Dibeli .....	79
Tabel 4.11 Dimensi Sense Pernyataan 1 .....	80
Tabel 4.12 Dimensi Sense Pernyataan 2.....	81
Tabel 4.13 Dimensi Sense Pernyataan 3 .....	82
Tabel 4.14 Dimensi Feel Pernyataan 1 .....	83
Tabel 4.15 Dimensi Feel Pernyataan 2 .....	83
Tabel 4.16 Dimensi Feel Pernyataan 3 .....	84
Tabel 4.17 Dimensi Think Pernyataan 1 .....	85

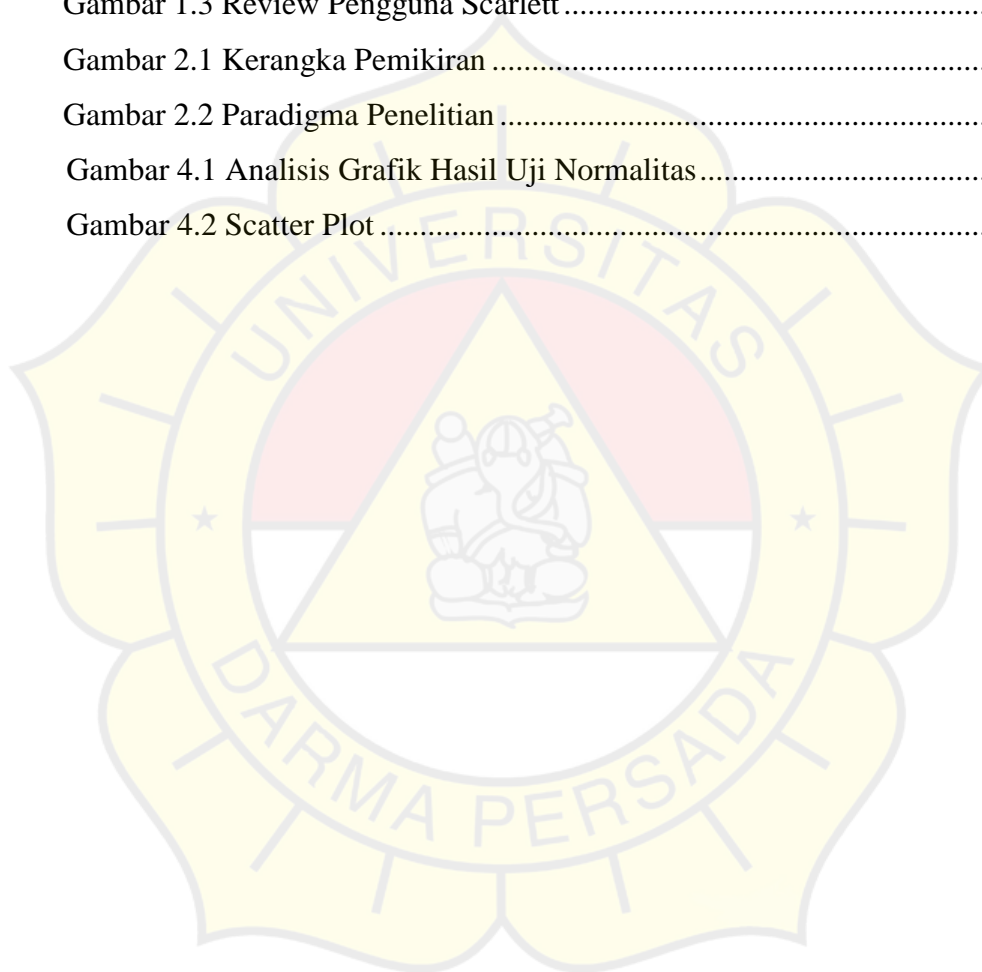
Tabel 4.18 Dimensi Think Pernyataan 2.....	86
Tabel 4.19 Dimensi Think Pernyataan 3.....	87
Tabel 4.20 Dimensi Act Pernyataan 1 .....	88
Tabel 4.21 Dimensi Act Pernyataan 2 .....	89
Tabel 4.22 Dimensi Act Pernyataan 3 .....	90
Tabel 4.23 Dimensi Relate Pernyataan 1 .....	91
Tabel 4.24 Dimensi Relate Pernyataan 2 .....	92
Tabel 4.25 Dimensi Relate Pernyataan 3 .....	93
Tabel 4.26 Dimensi Keandalan Merek Pernyataan 1.....	94
Tabel 4.27 Dimensi Keandalan Merek Pernyataan 2.....	95
Tabel 4.28 Dimensi Keandalan Merek Pernyataan 3.....	96
Tabel 4.29 Dimensi Minat Pada Merek Pernyataan 1 .....	97
Tabel 4.30 Dimensi Minat Pada Merek Pernyataan 2 .....	98
Tabel 4.31 Dimensi Minat Pada Merek Pernyataan 3 .....	99
Tabel 4.32 Dimensi Kualitas Produk Pernyataan 1 .....	100
Tabel 4.33 Dimensi Kualitas Produk Pernyataan 2 .....	101
Tabel 4.34 Dimensi Kualitas Produk Pernyataan 3 .....	102
Tabel 4.35 Dimensi Harga Pernyataan 1 .....	103
Tabel 4.36 Dimensi Harga Pernyataan 2 .....	104
Tabel 4.37 Dimensi Harga Pernyataan 3 .....	105
Tabel 4.38 Dimensi Kualitas Pelayanan Pernyataan 1 .....	106
Tabel 4.39 Dimensi Kualitas Pelayanan Pernyataan 2 .....	106
Tabel 4.40 Dimensi Kualitas Pelayanan Pernyataan 3 .....	107
Tabel 4.41 Dimensi Faktor Personal/Emotional Pernyataan 1 .....	108
Tabel 4.42 Dimensi Faktor Personal/Emotional Pernyataan 2 .....	110
Tabel 4.43 Dimensi Faktor Personal/Emotional Pernyataan 3 .....	111
Tabel 4.44 Dimensi Biaya dan Kemudahan Dalam Mendapatkan Produk Maupun Jasa Pernyataan 1 .....	112
Tabel 4.45 Dimensi Biaya dan Kemudahan Dalam Mendapatkan Produk Maupun Jasa Pernyataan 2 .....	113
Tabel 4.46 Dimensi Biaya dan Kemudahan Dalam Mendapatkan	

Produk Maupun Jasa Pernyataan 3 .....	114
Tabel 4.47 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	115
Tabel 4.48 Hasil Uji Reabilitas Variabel Penelitian .....	117
Tabel 4.49 Hasil Uji Normalitas .....	118
Tabel 4.50 Hasil Uji Multikolinieritas .....	120
Tabel 4.51 Hasil Uji Autokorelasi .....	122
Tabel 4.52 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	123
Tabel 4.53 Hasil Koefisien Determinasi .....	124
Tabel 4.54 Hasil Uji F .....	125
Tabel 4.55 Hasil Uji T .....	126
Tabel 4.56 Hasil Uji Hipotesis.....	128



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penguasa Brand Perawatan.....	2
Gambar 1.2 Brand Skincare Lokal Terlaris di <i>E-Commerce</i> .....	5
Gambar 1.3 Review Pengguna Scarlett .....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	44
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian .....	45
Gambar 4.1 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas .....	118
Gambar 4.2 Scatter Plot .....	121



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	138
Lampiran 2 Data Responden .....	145
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Pengalaman Pelanggan .....	149
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Kepercayaan Merek .....	154
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Kepuasan Pelanggan .....	159
Lampiran 6 Ttabel .....	164
Lampiran 7 Ftabel .....	167
Lampiran 8 Rtabel .....	171
Lampiran 9 Sumber Dan Metode Pengumpulan Data.....	174
Lampiran 10 Ulasan Pengguna Scarlett di <i>Female Daily</i> .....	175
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas Pengalaman Pelanggan .....	179
Lampiran 12 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek .....	182
Lampiran 13 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan .....	183
Lampiran 14 Hasil Uji Reliabilitas .....	186
Lampiran 15 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	187
Lampiran 16 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	190
Lampiran 17 Hasil Uji Hipotesis .....	191
Lampiran 18 Catatan Kegiatan Konsultasi .....	192
Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup .....	194