

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN DIFERENSIASI PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA  
PEMBELIAN *BODY LOTION SCARLETT WHITENING* DI  
KELURAHAN KAYU PUTIH JAKARTA TIMUR.**

***THE INFLUENCES OF BRAND IMAGE AND, PRODUCT  
DIFFERENTIATION TO THE CUSTOMER LOYALTY OF  
PURCHASE SCARLETT WHITENING BODY LOTION ON  
KAYU PUTIH VILLAGE EAST JAKARTA***

Oleh:

**Afifa Jaryah Khansa Kotta**

**2016410256**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi (S1)  
Konsentrasi Manajemen pada Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2021**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN DIFERENSIASI PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN *BODY  
LOTION SCARLETT WHITENING* DI KELURAHAN KAYU PUTIH  
JAKARTA TIMUR**

***THE INFLUENCES OF BRAND IMAGE AND, PRODUCT  
DIFFERENTIATION TO THE CUSTOMER LOYALTY OF PURCHASE  
SCARLETT WHITENING BODY LOTION ON KAYU PUTIH VILLAGE  
EAST JAKARTA***

**Disusun oleh :**

**Afifa Jaryah Khansa Kotta**

**2016410256**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam  
Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada**

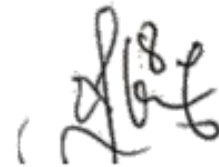
Telah Disetujui Oleh Tim Penguji Pada Tanggal, 13 Agustus 2021



**Drs. Fauzi Baisyir, MM**  
**Penguji I**



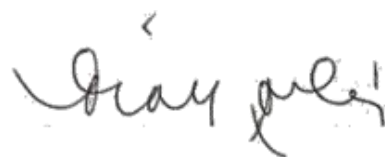
**Dr. Firsan Nova, SE, MM**  
**Pembimbing**



**Ellena Nurfaizria H, SE, MM**  
**Penguji II**



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



**Dian Anggraeani Rahim SE, M,si**  
**Ketua Jurusan Manajemen**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Afifa Jaryah Khansa Kotta

NIM : 2016410256

Jurusan/ peminatan : Manajemen/Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul “**Pengaruh *Brand Image* dan Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pembelian *Body Lotion Scarlett Whitening* di Kelurahan Kayu Putih Jakarta Timur**” yang dibimbing oleh Dr. Firsan Nova 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.

Jakarta, 27 Juli 2021



Afifa Jaryah Khansa Kotta

## ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan *brand image* dan diferensiasi produk terhadap loyalitas pelanggan pembelian *body lotion scarlett whitening*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 100 responden yaitu pengguna *body lotion scarlett* yang berada di Kelurahan Kayu Putih Jakarta Timur. Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dan regresi linear sederhana.

Hasil penelitian : menunjukkan bahwa (1) pengaruh *brand image* dan diferensiasi produk terhadap loyalitas pelanggan pembelian *body lotion scarlett* berpengaruh positif dan signifikan. (2) pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan pembelian *body lotion scarlett* berpengaruh positif dan signifikan. (3) diferensiasi produk terhadap loyalitas pelanggan pembelian *body lotion scarlett* berpengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci: Brand Image, Diferensiasi Produk, Loyalitas Pelanggan, Regresi Linear Berganda, Regresi Linear Sederhana

## ***ABSTRACT***

*This research was conducted with the aim of knowing the significant effect of brand image and product differentiation on customer loyalty purchasing scarlett whitening body lotion. Data was collected by distributing questionnaires to 100 respondents, namely Scarlett body lotion users in Kayu Putih Village, East Jakarta. Sampling using non-probability sampling with purposive sampling. The analytical tool used is multiple linear regression and simple linear regression.*

*The results of the study: (1) the effect of brand image and product differentiation on customer loyalty purchasing scarlett body lotion has a positive and significant effect. (2) the effect of brand image on customer loyalty purchasing Scarlett body lotion has a positive and significant effect. (3) product differentiation on customer loyalty purchasing scarlett body lotion has a positive and significant effect.*

*Keywords: Brand Image, Product Differentiation, Customer Loyalty, Multiple Linear Regression, Simple Linear Regression*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image* dan Diferensiasi Produk**

**Terhadap Loyalitas Pelanggan *BodyLotion Scarlett Whitening*”** yang merupakan prasyarat untuk menyelesaikan pendidikan guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Dara Persada. Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis kerjakan sangat jauh dari kata sempurna dan memiliki banyak kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kritikan dan saran dari pembaca guna menyempurnakan hasil penelitian skripsi yang telah penulis buat. Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu proses penyusunan skripsi dan memberikan dukungan serta doa kepada penulis, tanpa mereka mungkin penulis tidak bisa mengerjakan skripsi seorang diri. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Firsan Nova, SE, MM selaku Dosen Pembimbing dalam skripsi ini. Terimakasih telah meluangkan waktu, mengarahkan serta membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.

4. Bapak / Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan juga kepada Para Staff Tata Usaha dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dari awal perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi.
5. Keluarga Penulis, Bapak, Almh. Ibu, Mamah, Kakak dan Adik-adik yang selalu memberikan support dan kebahagiaan di hidup penulis.
6. Untuk Wulandari, Kristin, Iqbal Nurfalih selaku sahabat terbaik, seperjuangan saat kuliah dan sahabat yang selalu memberikan dukungan terbaik kepada penulis.
7. Untuk Dian Pitaloka, Salma Juliyanti, Chintya Angelina, Aulia Sintia Dewi sahabat terbaik dari SMP hingga sekarang, terimakasih selalu memberi semangat kepada penulis dan memberikan kritik dan saran sehingga penulis termotivasi untuk hidup lebih baik.
8. Untuk Ali Syafani, Erni, Veria, Upi, Evi, Rien, Salsha adalah sahabat terbaik dari SMA hingga sekarang, terimakasih selalu memberikan semangat, arahan, saran kepada penulis sehingga termotivasi untuk hidup lebih baik.
9. Untuk Alifiya Azzahra sahabat terbaik dari kecil, terimakasih selalu memberikan semangat sehingga penulis semangat menyelesaikan skripsi dengan baik.
10. Untuk semua teman-teman Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada angkatan 2016 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas kenangan yang kita lalui bersama, suka duka yang kita jalani bersama,

perjuangan keras kita bersama untuk mendapatkan ilmu dan gelar Sarjana Ekonomi. Demikian skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat dibutuhkan oleh penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan

Jakarta, 27 Juli 2021



Afifa Jaryah Khansa Kotta





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>ABSTRAC</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2 Produk.....	11
1. Pengertian Produk.....	11
2.1.3 <i>Brand Image</i> .....	12
1. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	12

2.	Dimensi dan Indikator <i>Brand Image</i> .....	13
2.1.4	Diferensiasi Produk .....	13.
1.	Pengertian Diferensiasi Produk .....	13
2.	Dimensi Diferensiasi Produk .....	14
3.	Tahap-Tahap Mempertahankan Diferensiasi Produk Yang Sudah Terbentuk .....	17
2.1.5	Loyalitas Pelanggan .....	18
1.	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	18
2.	Dimensi Loyalitas Pelanggan .....	19
3.	Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan .....	19
2.1.6	Penelitian Terdahulu .....	21
2.2	Kerangka Pemikiran .....	24
2.2.1	Paradigma Penelitian .....	26
2.3	Hipotesis Penelitian .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>		
3.1	Metodologi penelitian yang digunakan .....	28
3.2	Operasional Variabel .....	28
3.3	Sumber Data dan Cara Penentuan Data/Informasi .....	30
1.	Data Primer .....	30
2.	Data Sekunder .....	30
3.3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	31
3.3.2	Jenis Penelitian .....	31
3.3.3	Cara Penentuan Data .....	31

1. Populasi .....	31
2. Sampel .....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	32
1. Kuesioner .....	33
2. Observasi .....	33
3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....	34
3.5.1 Uji Keabsahan Data .....	35
1. Uji Validitas .....	35
2. Uji Reliabilitas .....	35
3.5.2 Alat Analisis .....	36
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
2. Analisis Regresi Linier Sederhana .....	37
3. Koefisien Determinasi .....	37
3.5.3 Uji Hipotesis .....	38
1. Uji F .....	38
2. Uji T .....	39
3.5.4 Uji Asumsi Klasik .....	39
1. Uji Normalitas .....	40
2. Uji Multikolonieritas .....	40
3. Uji Heteroskedastisitas .....	41

#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	43
4.1.1 Sejarah Scarlett .....	43

4.1.2	Logo Perusahaan Scarlett .....	44
4.2	Hasil Penelitian .....	45
4.2.1	Profil Responden .....	45
1.	Jenis Kelamin .....	45
2.	Usia .....	46
3.	Pendidikan Terakhir .....	47
4.	Pengeluaran Perbulan .....	48
5.	Status Pekerjaan .....	48
4.2.2	Tanggapan Responden Tentang Variabel yang Diteliti .....	49
1.	<i>Brand Image</i> .....	49
2.	Diferensiasi Produk .....	58
3.	Loyalitas Pelanggan .....	67
4.2.3	Uji Keabsahan Data .....	74
1.	Uji Validitas .....	75
2.	Uji Reliabilitas .....	76
4.2.4	Alat Analisis.....	78
1.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	78
2.	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	79
3.	Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	81
4.2.5	Uji Hipotesis .....	84
1.	Hasil Uji T .....	84
2.	Hasil Uji F .....	85
4.2.6	Uji Asumsi Klasik .....	86

1. Uji Normalitas .....	86
2. Uji Multikolonieritas .....	89
3. Uji Heteroskedastisitas .....	90
4. Uji Auto Korelasi .....	91
4.3 Pembahasan dan Pemecahan Masalah .....	92
4.3.1 <i>Brand Image</i> dan Diferensiasi Produk Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	92
4.3.2 <i>Brand Image</i> Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	93
4.3.3 Diferensiasi Produk Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan ..	93
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	
5.2 Saran .....	



## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 6 Merek <i>Skin Care</i> Milik Artis Untuk Memutihkan Kulit Wajah dan Tubuh Menurut Idmtimes.com.....	4
Tabel 1.2 5 Rekomendasi <i>Body Lotion</i> untuk Memutihkan Kulit dengan Cepat menurut pikiranrakyat.com.....	5
Tabel 1.3 10 Rekomendasi <i>Whitening Body Lotion</i> Terbaik.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	29
Tabel 3.2 Skala Likert.....	33
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai Hasil Tanggapan Responden.....	34
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Responden.....	45
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	47
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	48
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaannya.....	49
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Scarlett <i>Whitening</i> Dikenal Sebagai Merek Kosmetik Yang Berkualitas.....	50
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Scarlett <i>Whitening</i> Menyediakan Layanan Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Konsumen.....	51
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Scarlett <i>Whitening</i>	

Menyediakan Layanan Yang Sesuai Dengan Kebutuhan Konsumen.....	52
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Scarlett <i>Whitening</i> Memberikan Harga Yang Terjangkau.....	53
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Scarlett <i>Whitening</i> Memiliki Tampilan Produk Yang Menarik.....	54
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Produk Scarlett <i>Whitening</i> Memiliki Efek Yang Baik Bagi Anda.....	55
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Produk Scarlett <i>Whitening</i> berbeda dengan produk kecantikan yang lainnya.....	56
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Memilih Kosmetik Produk Merek Scarlett <i>Whitening</i> Karena Banyak Teman Yang Menggunakan Produk Tersebut.....	57
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Saya Merekomendasikan Kepada Teman dan Keluarga Untuk Menggunakan Produk Scarlett <i>Whitening</i> .....	58
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Mutu Produk Scarlett <i>Whitening</i> Sesuai Dengan Ukuran Keinginan Pembeli.....	59
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Scarlett <i>Whitening</i> Memiliki Dampak yang Baik Bagi Kulit Saya.....	60
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Scarlett <i>Whitening</i> Memiliki Keistimewaan yang Beda Dengan Produk Kecantikan Lainnya.....	61

Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Scarlett <i>Whitening</i> Memiliki Keistimewaan yang Beda Dengan Produk Kecantikan Lainnya.....	62
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Berusaha Datang Ke Tempat Kerja Lebih Awal Dari Waktu Yang Ditentukan.....	63
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Scarlett <i>Whitening</i> Memiliki Kualitas yang Baik dan Harga Yang Terjangkau.....	64
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Produk scarlett <i>Whitening</i> memiliki daya tahan yang berbeda dengan produk lainnya.....	65
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Produk Scarlett <i>Whitening</i> memiliki daya tahan yang berbeda dengan kosmetik yang lain.....	66
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Saya memilih produk Scarlett <i>Whitening</i> karena terpercaya mutu dan kualitas produknya.....	67
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Saya tidak akan beralih ke produk kecantikan yang lainnya.....	68
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Saya akan selalu membeli produk kecantikan di Scarlett <i>Whitening</i> .....	69
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Menggunakan produk Scarlett <i>Whitening</i> adalah pilihan saya.....	70
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Saya tidak terpengaruh Tentang ajakan teman untuk menggunakan produk lain.....	71
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai Saya menghiraukan resepsi	



orang lain mengenai produk Scarlett <i>Whitening</i> .....	72
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Mengenai Saya mengupload ke media sosial setelah membeli produk Scarlett <i>Whitening</i> .....	73
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Mengenai Produk scarlett <i>Whitening</i> memiliki daya tahan yang berbeda dengan produk lainnya.....	74
Tabel 4.32 Hasil Uji Validitas.....	75
Tabel 4.33 Uji Reabilitas Dari Indikator Variabel <i>Brand Image</i> .....	76
Tabel 4.34 Uji Reabilitas Dari Indikator Variabel Diferensiasi Produk.....	77
Tabel 4.35 Uji Reabilitas Dari Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan.....	77
Tabel 4.36 Paramenter Kuantitatif Linear Sederhana Variabel <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	78
Tabel 4.37 Paramenter Kuantitatif Linear Sederhana Variabel Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	79
Tabel 4.38 Paramenter Kuantitatif Linear Berganda Variabel <i>Brand Image</i> dan Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	80
Tabel 4.39 Paramenter Kuantitatif Korelasi Sederhana <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	81
Tabel 4.40 Paramenter Kuantitatif Korelasi Sederhana Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	82
Tabel 4.41 Paramenter Kuantitatif Berganda <i>Brand Image</i> dan Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	83
Tabel 4.42 Paramenter Kuantitatif Uji T Pengaruh <i>Brand Image</i>	

Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	84
Tabel 4.43 Paramenter Kuantitatif Uji T Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	85
Tabel 4.44 Paramenter Kuantitatif Uji F Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	86
Tabel 4.45 Hasil Uji Normalitas Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	88
Tabel 4.46 Hasil Uji Multikolonieritas Variabel <i>Brand Image</i> dan Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	89
Tabel 4.47 Hasil Uji Autokorelasi Variabel <i>Brand Image</i> dan Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	91
Tabel 4.48 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis.....	92

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Varian <i>Body Lotion Scarlett</i> .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	26
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	44
Gambar 4.2 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas.....	87
Gambar 4.3 Analisis Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	90

