

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MS GLOW DI
WILAYAH DKI JAKARTA
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN MS GLOW DI WILAYAH
DKI JAKARTA)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT
QUALITY ON MS GLOW CUSTOMER SATISFACTION IN DKI
JAKARTA AREA
(CASE STUDY ON MS GLOW CONSUMER IN DKI JAKARTA)***

Oleh :

Kemal Syafudin

2018410327

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi Program Studi
Manajemen Pada Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang Bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kemal Syafudin

Nim : 2018410327

Jurusan : Ekonomi (Manajemen)

Peminatan : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Ms Glow Di Wilayah Dki Jakarta (Studi Kasus Pada Konsumen Ms Glow Di Wilayah Dki Jakarta)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia penguji skripsi.

Jakarta, 13 Februari 2023

Mengetahui ,

Ketua Program Studi Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing



Dr. Dian Anggraeny Rahim, SE, MSi



Ellena Nurfazria Handayani, S.E.,M.M

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MS GLOW DI WILAYAH
DKI JAKARTA (STUDI KASUS PADA KONSUMEN MS GLOW DI
WILAYAH DKI JAKARTA)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON
MS GLOW CUSTOMER SATISFACTION IN DKI JAKARTA AREA
(CASE STUDY ON MS GLOW CONSUMER IN DKI JAKARTA)***

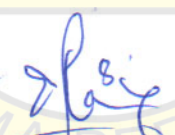
Oleh :

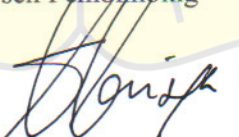
Kemal Syafudin

2018410327

SKRIPSI

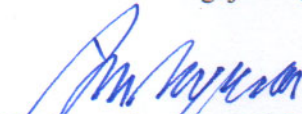
Untuk Memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada
Telah disetujui oleh Tim Penguji yang bertandatangan.
Jakarta, 23 Februari 2023 dengan nilai A-



Ellena Nurfazria H.S.E., M.M.
Dosen Pembimbing


Drs. Fauzi Baisvir, MM
Dosen Penguji I


Dr. Firsan Nova
Dosen Penguji II


Ellena Nurfazria H. S.E., M.M.
Dosen Penguji III


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


Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si.
Ketua Jurusan Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kemal Syafudin

NIM : 2018410327

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan MS Glow di wilayah DKI Jakarta 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 ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 11 Februari 2023

Yang Membuat Pernyataan



Kemal Syafudin

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Terhadap Kepuasan Produk MS Glow di DKI Jakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang menggunakan Produk MS Glow di wilayah DKI Jakarta minimal dalam kurun waktu 3 bulan terakhir. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus proporsi tak terduga. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heterokedastisitas) dilakukan sebagai persyaratan yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji (F), secara parsial menggunakan uji (T).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan uji F dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($105,752 > 3,09$). Sedangkan citra merek secara parsial/sebagian mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar ($5,206 > 1,985$). Dan kualitas produk secara parsial/sebagian mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan uji T dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar ($3,622 > 1,985$).

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of Brand Image, Product Quality, on MS Glow Product Satisfaction in DKI Jakarta. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who used MS Glow products in the DKI Jakarta area for at least the last 3 months. Sampling is done by using the unexpected proportion formula. The analytical tool used is multiple linear regression, classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test) are carried out as requirements that must be met in multiple linear regression analysis. Simultaneous hypothesis testing using test (F), partially using test (T).

The results of this study indicate that brand image and product quality variables simultaneously influence customer satisfaction, this is evidenced by the F test with $F_{count} > F_{table}$ ($105.752 > 3.09$). While brand image partially has an influence on customer satisfaction, this is evidenced by the T test with a value of $T_{count} > T_{table}$ of ($5.206 > 1.985$). And product quality partially has an influence on customer satisfaction, this is evidenced by the T test with a value of $T_{count} > T_{table}$ of ($3.622 > 1.985$).

Keywords: Brand Image, Product Quality, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

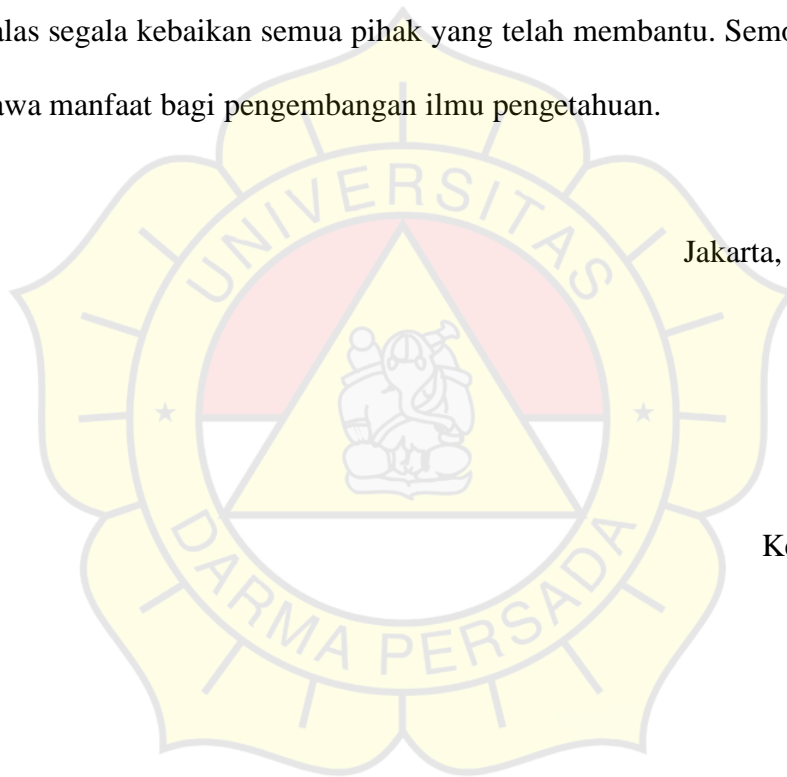
Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Ms Glow Di Wilayah DKI Jakarta (Studi Kasus Pada Konsumen Ms Glow Di Wilayah DKI Jakarta)”**.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Proposal Skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M selaku pembimbing penulisan skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan Skripsi.
2. Ibu Dian Anggraeny Rahim, SE, MSi, selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Bapak Mu'man Nuryana, PhD, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dalam proses belajar selama masa perkuliahan.
5. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

6. Orang yang saya sayangi khususnya Ayah, Ibu dan keluarga penulis yang telah membantu dukungan baik moral maupun materil sehingga Skripsi ini dapat selesai dengan baik.
7. Seluruh pihak lain yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Proposal Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Demikian Skripsi ini dibuat, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.



Jakarta, Februari 2023

Penulis

Kemal Syafudin

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Dan Rumusan Masalah.....	8
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	8
1.2.2. Batasan Masalah	9
1.2.3. Rumusan Masalah	9
1.3 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran	12
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	14
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	15
2.1.4 <i>Brand</i> (Merek).....	16
2.1.5 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	18
2.1.6 Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>)	25
2.1.7 Perilaku Konsumen.....	31

2.1.8 Kepuasan Pelanggan	32
2.2 Penelitian Terdahulu	36
2.3 Kerangka Pemikiran	42
2.4 Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1. Metode yang Digunakan.....	46
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian	47
3.3. Operasional Variabel	47
3.4. Sumber dan Cara Penentuan Data / Informasi	51
3.4.1.Sumber dan Jenis Data.....	51
3.4.2.Cara Penentuan Data.....	52
3.5. Teknik Pengambilan Data.....	54
3.5.1. Kuesioner	54
3.6. Rencana Analisis dan Uji Hipotesis	56
3.6.1. Uji Keabsahan Data	56
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	58
3.6.3. Alat Analisis Data	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Gambaran Umum MS Glow.....	65
4.2 Hasil Penelitian Karakteristik Profil Responden	67
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kota DKI Jakarta	69
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Perbulan.....	70
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan.....	71
4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel	72
4.3.1 Citra Merek (X1).....	72

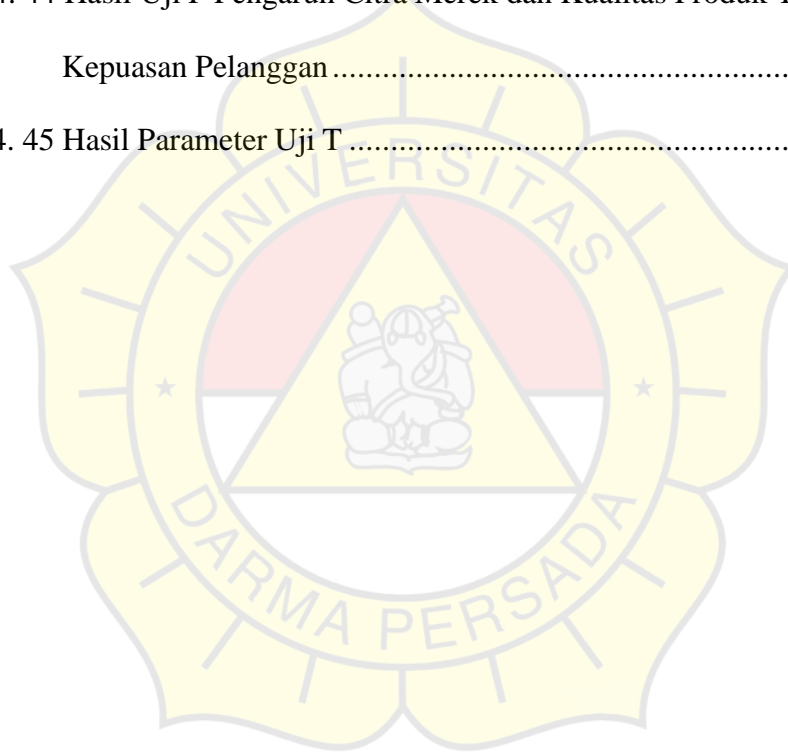
4.3.2 Kualitas Produk (X_2).....	80
4.3.3 Kepuasan Pelanggan (Y).....	89
4.4 Uji Keabsahan Data.....	96
4.4.1 Hasil Uji Validitas	96
4.4.2 Uji Reliabilitas	99
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	100
4.5.1 Uji Normalitas	100
4.5.2 Uji Multikolonieritas.....	103
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	104
4.5.4 Uji Autokorelasi	106
4.6 Hasil Analisis Data	107
4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda	107
4.6.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	108
4.7 Uji Hipotesis.....	110
4.7.1 Hasil Uji F (Simultan).....	110
4.7.2 Uji t (parsial)	111
4.8 Pembahasan dan Pemecahan Masalah.....	115
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	118
5.1 Kesimpulan.....	118
5.2 Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....	120

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Top Brand Index Produk Skincare Di Indonesia tahun 2021	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	54
Tabel 3. 2 Skala Likert	56
Tabel 3. 3 Tingkat Koefisien Korelasi	58
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	69
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan DKI Jakarta	70
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	70
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan.....	71
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1	72
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2	73
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3	74
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4	75
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5	76
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6	77
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7	77
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8	78
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9	80

Tabel 4. 16 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1.....	81
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2.....	81
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4.....	83
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5.....	83
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6.....	84
Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7.....	85
Tabel 4. 22 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8.....	85
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9.....	86
Tabel 4. 24 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 10.....	87
Tabel 4. 25 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 11.....	88
Tabel 4. 26 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 12.....	88
Tabel 4. 27 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1.....	89
Tabel 4. 28 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2.....	90
Tabel 4. 29 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3.....	91
Tabel 4. 30 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4.....	92
Tabel 4. 31 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5.....	93
Tabel 4. 32 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6.....	94
Tabel 4. 33 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7.....	95
Tabel 4. 34 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8.....	96
Tabel 4. 35 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	97
Tabel 4. 36 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	98
Tabel 4. 37 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	99
Tabel 4. 38 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek, Kualitas Produk dan kepuasan pelanggan	100

Tabel 4. 39 Hasil Uji Normalitas	102
Tabel 4. 40 Hasil Uji Multikolinieritas	104
Tabel 4. 41 Hasil Uji Autokorelasi.....	106
Tabel 4. 42 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficient Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	107
Tabel 4. 43 Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	108
Tabel 4. 44 Hasil Uji F Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	110
Tabel 4. 45 Hasil Parameter Uji T	112



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Review positif produk MS Glow	5
Gambar 1. 3 Review negatif produk MS Glow.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian	45
Gambar 4. 1 Logo MS Glow.....	65
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas.....	101
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatter Plot)	105

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kueesioneer Penelitian.....	123
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	130
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Citra Merek.....	135
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk.....	140
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Kepuasan Pelanggan.....	145
Lampiran 6 Nilai T tabel	150
Lampiran 7 Nilai F Tabel	153
Lampiran 8 Nilai R Tabel.....	156
Lampiran 9 Hasil Output SPSS	160
Lampiran 10 Penyebaran Kuesioner.....	166
Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup.....	167