

**PENGARUH KESADARAN MEREK, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *HAND BODY*
LOTION VASELINE DAN IMPLIKASINYA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BHAYANGKARA
JAKARTA RAYA)**

SKRIPSI

Oleh :

Julita Kristiani Daeli

201510325225



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kesadaran Merek, Harga, dan Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan *Hand Body Lotion Vaseline* Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Julita Kristiani Daeli

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325225

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Juli 2019

Jakarta, 20 Juli 2019

MENYETUJUI,



Budi Indrawati, S.E., M.M

NIDN: 0327066603

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kesadaran Merek, Harga, dan Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan *Hand Body Lotion Vaseline* Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Julita Kristiani Daeli

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325225

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Juli 2019

Jakarta, 26 Juli 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Anton Wachidin Widjaja, S.E., M.M

NIDN: 0311116501

Penguji I : Agus Dharmanto, S.E., M.M

NIDN : 0305087301

Penguji II : Budi Indrawati, S.E., M.M

NIDN : 0327066603

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M

NIDN : 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi



Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M

NIDN : 0316066201

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas RahmatNya penulis masih diberikan kesehatan dan kemampuan dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KESADARAN MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *HAND BODY LOTION* VASELINE DAN IMPLIKASINYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA)”**.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib Tugas akhir yang harus ditempuh dalam Program Studi Manajemen di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan apresiasi kepada seluruh pihak atas tersusunnya skripsi ini. Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

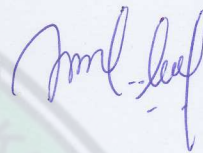
1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Drs. H. Bambang Karsono, S.H.,M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Hasanuddin, S.I.P.,M.AP sebagai Dosen Perwalian Akademik kami di kelas Semester 8-B3 atas support serta dukungannya.
5. Ibu Budi Indrawati, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dan dukungan kepada penulis
6. PT. Unilever Tbk, yang telah memberi kesempatan untuk dapat memperoleh Informasi tentang perusahaan
7. Keluarga penulis, Ayah dan Ibu ,yang senantiasa memberi dukungan materi, motivasi dan doa kepada penulis.
8. Rekan dan sahabat-sahabat saya, Abang Zull, Abang Darman, Om Stiven, Lisa, Yeni, Surya yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi selama pengerjaan skripsi.

9. Keluarga besar 8B3 Manajemen yang selalu memberikan motivasi satu sama lain.
10. Teman-teman sebimbangan saya, Hervithya, Sheila, dan Gandang yang saling berjuang, membantu dan memotivasi satu sama lain.

Akhir kata semoga hasil Karya Ilmiah ini dapat bermanfaat serta sebagai bahan petunjuk bagi adik-adik junior nantinya.

Jakarta, 19 Juli 2019

Hormat Saya



Julita Kristiani Daeli



ABSTRAK

Julita Kristiani Daeli, 201510325225. *Pengaruh Kesadaran Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan, Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kesadaran Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan, serta Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Metode penelitian adalah kuantitatif dengan menggunakan pengolahan data SPSS. Jumlah sampel sebesar 100 ditentukan dengan rumus Slovin, dan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, a). Brand Awareness tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, b). Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, c). Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, d). Brand Awareness berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, e). Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, f). Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Secara simultan Brand Awareness, Harga dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Brand Awareness, Harga, dan Kualitas Produk, berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Julita Kristiani Daeli, 201510325225. *“The Influence of Brand Awareness, Price, and Product Quality On Customer Satisfaction of Hand Body Lotion Vaseline and Its Impact On Customer Loyalty (Study at Bhayangkara Jakarta Raya University Students).*

The purpose of this research is to know The Influence of Brand Awareness, Price and Product Quality to the Customer Satisfaction, and to know The Influence of Brand Awareness, Product Quality, and Customer Satisfaction to the Customer Loyalty. The research method is quantitative by using SPSS data processing. The number of samples is 100 is determined by the Slovin formula and the sampling technique is purposive sampling. The result of study show that partially, a). Brand Awareness had no effect to Customer Satisfaction, b). Price have a effect to Customer Satisfaction, c). Product Quality had no effect to Customer Satisfaction, d). Brand Awareness have a effect to Customer Loyalty, e). Product Quality have a effect to Customer Loyalty, f). significantly effect of Customer Satisfaction to Customer Loyalty. Simultaneously, Brand Awareness, Price, and Product Quality have significant effect on Customer Satisfaction, and Brand Awareness, Price, Product Quality have significant effect on Customer Loyalty.

Keywords : *brand awareness, price, product quality, customer satisfaction, customer loyalty.*

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kesadaran Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”

Ini adalah benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sesuai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan ijin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 19 Juli 2019

Penulis,



Julita Kristiani Daeli

NPM: 201510325225

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.6 Sistematika Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran.....	9
2.3 Merek	11
2.3.1 Pengertian Merek	11
2.3.2 Manfaat Merek.....	12
2.3.3 Pengertian Kesadaran Merek	13
2.3.4 Tingkatan Kesadaran Merek	13
2.3.5 Indikator Kesadaran Merek.....	14
2.4 Harga.....	15
2.4.1 Pengertian Harga.....	15
2.4.2 Peran Harga.....	16

2.4.3 Dimensi Harga	17
2.4.4 Tujuan Penetapan Harga	18
2.4.5 Indikator Harga	19
2.5 Kualitas	20
2.5.1 Pengertian Kualitas	20
2.5.2 Perspektif Kualitas	21
2.5.3 Manfaat Kualitas	22
2.5.4. Indikator Kualitas Produk	23
2.6 Kepuasan Konsumen.....	25
2.6.1 Definisi Kepuasan Konsumen.....	25
2.6.2 Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan	27
2.6.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	28
2.6.4 Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	29
2.6.5 Dimensi Dan Indikator Kepuasan Pelanggan	30
2.7 Loyalitas Pelanggan	32
2.7.1 Definisi Loyalitas Pelanggan	32
2.7.2 Fungsi Loyalitas Konsumen	32
2.7.3 Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	33
2.7.4 Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	34
2.7.5 Indikator Loyalitas Konsumen.....	35
2.8 Hasil Penelitian Terdahulu	36
2.9 Kerangka Berfikir	40
2.10 Hipotesis Penelitian	40
2.10.1 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	40
2.10.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	41
2.10.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	41
2.10.4 Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	42
2.10.5 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	43
2.10.6 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Desain Penelitian	46
3.2 Tahapan Penelitian.....	46

3.3 Model Konseptual Penelitian	48
3.4 Defenisi Operasional Variabel	49
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	58
3.5.1 Waktu Penelitian	58
3.5.2 Tempat Penelitian	58
3.6 Jenis dan Sumber Data	58
3.6.1 Jenis Data	58
3.6.2 Sumber Data	58
3.7 Metode Pengambilan Sampel	59
3.8 Populasi dan Sampel	59
3.8.1 Populasi	59
3.8.2 Sampel	60
3.9 Teknik Pengumpulan Data	61
3.9.1 Kuesioner	61
3.10 Metode Analisis Deskriptif	61
3.11 Metode Analisis Statistik	61
3.11.1 Uji Instrumen	62
3.11.1.1 Uji Validitas	62
3.11.1.2 Uji Reliabilitas	62
3.11.2 Uji Asumsi Klasik	63
3.11.2.1 Uji Normalitas	63
3.11.2.2 Uji Multikolonieritas	63
3.11.2.3 Uji Heteroskedastisitas	64
3.11.3 Analisis Regresi	64
3.11.3.1 Analisis Regresi Linear Ganda	65
3.11.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)	66
3.11.4 Uji Hipotesis	66
3.11.4.1 Analisa Jalur	66
3.11.4.2 Uji Simultan (Uji F)	66
3.11.4.3 Uji Parsial (t)	66
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Profil dan Visi Misi PT Unilever Indonesia Tbk	67

4.1.1 Profil PT. Unilever Indonesia Tbk.....	67
4.1.2 Visi dan Misi PT. Unilever Indonesia Tbk	67
4.2 Hasil Analisis Deskriptif	68
4.2.1 Karakteristik Responden	68
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Usia	69
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Semester	70
4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Fakultas.....	71
4.2.6 Karakteristik Berdasarkan Kelas	72
4.2.7 Karakteristik Berdasarkan Menggunakan Vaseline.....	73
4.3 Hasil Analisis Statistik	73
4.3.1 Hasil Uji Instrumen	73
4.3.1.1 Uji Validitas.....	73
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	76
4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	77
4.3.2.1 Hasil Uji Normalitas	77
4.3.2.2 Hasil Uji Multikolonieritas	81
4.3.2.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	83
4.3.3 Hasil Analisis Regresi.....	85
4.3.3.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	85
4.3.3.2 Regresi Linear Berganda	86
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis	88
4.3.4.1 Analisis Jalur	88
4.3.4.2 Hasil Uji Simultan (F)	90
4.3.4.3 Hasil Uji Parsial (t)	93
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	96
BAB V PENUTUP.....	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Implikasi Manajerial	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Tabel 1.1 Data Hasil Top Brand Index Hand Body Lotion	4
2. Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
3. Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	55
4. Tabel 3.2 Tabel Skala Likert.....	61
5. Tabel 4.1 Proses Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	68
6. Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
7. Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Usia	69
8. Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Semester	70
9. Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Brand Awareness (X1).....	74
10. Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Harga (X2)	74
11. Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3).....	75
12. Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)	75
13. Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Z).....	76
14. Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	77
15. Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Persamaan 1	78
16. Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Persamaan 2.....	79
17. Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan 1	81
18. Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan 2.....	82
19. Tabel 4.15 Koefisien Determinasi Persamaan 1	85
20. Tabel 4.16 Koefisien Determinasi Persamaan 2	86
21. Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Persamaan 1	87
22. Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Persamaan 2	87
23. Tabel 4.19 Hasil Uji F Persamaan 1	90
24. Tabel 4.20 Hasil Uji F Persamaan 2	92
25. Tabel 4.21 Hasil Uji T Persamaan 1	93
26. Tabel 4.22 Hasil Uji T Persamaan 2	94

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Gambar 1.1 Data Hasil Top Brand Index Hand Body Lotion ...	4
2. Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Konsumen	26
3. Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	40
4. Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian	48
5. Gambar 4.1 Karakteristik Berdasarkan Fakultas	71
6. Gambar 4.2 Karakteristik Berdasarkan Kelas	72
7. Gambar 4.3 Karakteristik Lama Menggunakan Vaseline.....	73
8. Gambar 4.4 Grafik Uji Normalitas Data Persamaan 1.....	80
9. Gambar 4.5 Grafik Uji Normalitas Data Persamaan 2.....	80
10. Gambar 4.6 Grafik Scatterplot Persamaan 1	84
11. Gambar 4.7 Grafik Scatterplot Persamaan 2.....	84

