

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *BRAND THE ORIGINOTE*
(Studi Pada *MarketPlace* Tiktok)**

SKRIPSI

OLEH:

NANDITA SYAFA AUNILA

202110325139



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan *Brand The Originote* (Studi Pada *Marketplace* Tiktok)

Nama Mahasiswa : Nandita Syafa Aunila

Nomor Pokok : 202110325139

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 04 Februari 2025

Jakarta, 11 Februari 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Andrian, SE., MM.
NIDN : 0321077102


Haryudi Anas, SE, MSM
NIDN :0317117801

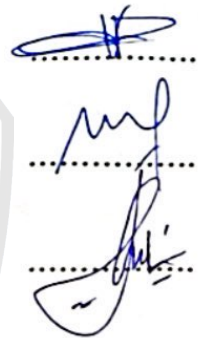
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Brand The Originote (Studi Pada Marketplace Tiktok)
Nama Mahasiswa : Nandita Syafa Aunila
Nomor Pokok : 202110325139
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 04 Februari 2025

Jakarta, 11 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA
NIDN. 0309048102
Sekretaris Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, SE, MM
NIDN. 0325057908
Penguji : Dr. Andrian, SE., MM
NIDN. 0321077102



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.
NIDN. 0327037601



Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada *Brand The Originote* (Studi Pada *Marketplace* Tiktok)” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai kaidah penulisan karya 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 memberi izin 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, 11 Januari 2025

Yang membuat pernyataan,



Nandita Syafa Aunila

202110325139

ABSTRAK

Nandita Syafa Aunila. 202110325139. Pengaruh Citra merek, kualitas produk, kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan pada Brand *The Originote*. (Studi Pada *Marketplace* Tiktok).

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan antara citra merek, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan pelanggan pada brand *The Originote* di Tiktok. Penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif yang digunakan adalah Teknik Hair et al. Populasi pada penelitian ini adalah orang-orang yang menggunakan aplikasi Tiktok dengan sampel 112 responden. Pengolahan data serta pengujian hipotesis menggunakan *software* SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan konsumen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen, dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Nandita Syafa Aunila. 202110325139. *The Influence of Brand Image, Product Quality, Consumer Trust on Customer Satisfaction on The Originote Brand. (Study on the Tiktok Marketplace).*

This research aims to determine partially and simultaneously between brand image, product quality, and consumer trust on customer satisfaction on The Originote brand on Tiktok. This research is a quantitative approach used is the Hair et al Technique. The population in this study were people who use the Tiktok application with a sample of 112 respondents. Data processing and hypothesis testing used SPSS 25 software. The results of the study showed that brand image partially had a significant positive effect on customer satisfaction, product quality partially had a significant positive effect on customer satisfaction, consumer trust partially did not have a significant effect on customer satisfaction. The results of simultaneous tests show that brand image, product quality, and consumer trust simultaneously influence customer satisfaction.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Consumer Trust, and Customer Satisfaction.*



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir / skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Brand *The Originote* (Studi Pada *Marketplace* Tiktok)”.

Penulisan ini dilakukan guna memenuhi tugas akhir sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis masih banyak kekurangan, keterbatasan dalam menyampaikan teori, dan ketidaksempurnaan. Maka, penulis dibantu berbagai pihak yang membimbing, memberi dukungan doa, dan material yang sangat bermanfaat bagi penulis. Maka dari itu, dengan segala hormat dan dari lubuk hati terdalam penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Prof. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Supriyanto, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membimbing dan menjadi orang tua saya di kampus selama ini.
5. Dr. Andrian, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberi bimbingan, dukungan, serta ilmu dalam menyelesaikan skripsi.
6. Haryudi Anas, SE, MSM, selaku Dosen Pembimbing Akademik II yang selalu memberi bimbingan, dukungan, serta ilmu dalam menyelesaikan skripsi.
7. Teruntuk Ibu tercinta Sollichati dan Bapak tercinta Kuntadi dua orang yang sangat berjasa dalam hidup saya. Orang yang hebat yang selalu menjadi penyemangat yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberi motivasi. Yang telah memberikan semangat, dukungan material dan mendo'akan serta keikhlasannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada adik-adik saya (Kartika dan Diandra) yang selalu menjadi pelengkap dan kehangatan di dalam rumah.

9. Sahabat saya yang selalu menemani, menghibur, membantu, memberikan semangat, perhatian, dan dukungan selama penyusunan skripsi ini. Terimakasih kepada (Friska Monika, Nadya Fadhilah, Nadya Alya, Nurputri, dan Salsabila Hasani). Terimakasih telah mendengarkan keluh kesah dan menemani saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Untuk diri saya sendiri, terimakasih telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.
11. Seluruh pihak yang ikut membantu dan memberikan dukungan, serta doa dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan terbatasnya dalam penyampaianya. Maka, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran agar lebih baik di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 17 Januari 2025

Penulis



Nandita Syafa Aunila

202110325139

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Teoritis	6
1.4.1 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Batasan Masalah.....	8
1.5.1 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kepuasan Pelanggan.....	10
2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	10
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	11
2.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan	11
2.2 Citra Merek	12
2.2.1 Pengertian Citra Merek	12
2.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	13
2.2.3 Indikator Citra Merek.....	14
2.3 Kualitas Produk.....	14

2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	14
2.3.2 Faktor- faktor Kualitas Produk	15
2.3.3 Indikator Kualitas Produk	15
2.4 Kepercayaan Konsumen	16
2.4.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen	16
2.4.2 Faktor-faktor Kepercayaan Konsumen	17
2.4.3 Indikator Kepercayaan Konsumen.....	17
2.5 Telaah Empiris	18
2.6 Kerangka Konseptual	20
2.7 Hipotesis Penelitian.....	20
2.7.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	21
2.7.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	21
2.7.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan....	22
2.7.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan	22
Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan pelanggan.....	22
BAB III.....	27
METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Populasi dan Sampel.....	28
3.2.1 Populasi	28
3.2.2 Sampel.....	28
3.3 Jenis Dan Sumber Data.....	29
3.3.1 Jenis Data	29
3.3.1 Sumber Data	29
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurnya	29
3.4.1 Definisi Operasional Variabel	29
3.4.2 Skala Pengukuran.....	30
3.5 Metode Analisis Data	31
3.5.1 Uji Validitas.....	31
3.5.2 Uji Reliabilitas	31
3.6 Uji Asumsi Klasik	32
3.6.1 Uji Normalitas	32

3.6.2 Uji Multikolinearitas	32
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	33
3.6.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	33
3.7 Uji Hipotesis	34
3.7.1 Uji Kelayakan Parsial (Uji T)	34
3.7.2 Uji Simultan (Uji F)	34
3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	35
BAB IV	36
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	36
4.1.1 Profil The Originote	36
4.1.2 Profil Tiktok	36
4.2 Deskripsi Data.....	37
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	37
4.2.2 Identitas Responden	38
4.3 Hasil Data	39
4.3.1 Uji Validitas.....	39
4.3.2 Uji Reliabilitas	41
4.4 Uji Asumsi Klasik	43
4.4.1 Uji Normalitas	43
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	44
4.4.3 Uji Multikolinieritas.....	45
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
4.6 Uji Hipotesis	47
4.6.1 Uji Koefisien Secara Parsial (Uji T)	47
4.6.2 Uji Simultan (Uji f).....	49
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	51
4.7.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	51
4.7.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	52
4.7.3 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan	52
4.7.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen.....	53
Terhadap Kepuasan Pelanggan	53

4.7.5 Koefisien Determinasi.....	53
BAB V	54
PENUTUP	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Keterbatasan Penelitian	54
5.3 Saran	54
REFERENSI	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	31
Tabel 4. 1 Mekanisme Penyebaran Kuesioner	37
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	38
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian	39
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas (X_1).....	40
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas (X_2)	40
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas (X_3)	41
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas (Y)	42
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	43
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
Tabel 4. 12 Hasil Uji t.....	48
Tabel 4. 13 Hasil Uji f	49
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia 2024	2
Gambar 1. 2 Pendapatan produk Perawatan Tubuh dan Kecantikan di Indonesia..	2
Gambar 1. 3 Peningkatan Angka Pengguna Tiktok di Indonesia.....	3
Gambar 4. 1 Logo The Originote	36
Gambar 4. 2 Logo Tiktok.....	36
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Plagiarisme

Lampiran 2 : Uji Referensi

Lampiran 3 : Buku Bimbingan

Lampiran 4 : Lembar Kuesioner

Lampiran 5 : Data Tabulasi Responden

Lampiran 6 : Tabel *Output* SPSS 25

Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup

