

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA SKINCARE SKIN1004 MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA MAHASIWA FEB UNIVERSITAS BHAYANGKARA
JAKARTA RAYA)**

SKRIPSI

OLEH:

DESVITA SETYANIE

202110325254



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BINIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Skincare SKIN1004 Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Desvita Setyanie

Nomor Pokok : 202110325254

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2025

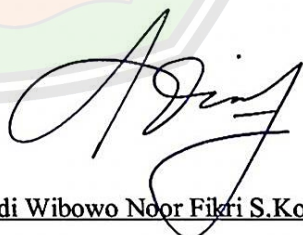
Jakarta, 28 Juli 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Christophorus Indra Wahyu Putra,


Adi Wibowo Noor Fikri S.Kom, MBA

M.Si

NIDN. 0331086601

NIDN. 03250227901

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk
Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada
Skincare SKIN1004 Melalui Kepuasan
Pelanggan Sebagai Variabel Intervening
(Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Desvita Setyanie

Nomor Pokok : 202110325254

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 21 Juli 2025

Jakarta, 28 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Wirawan Widjanarko, SE.Ak., MM., MBA., CMA
NIDN. 0322086605

Sekretaris Tim Penguji : Christophorus Indra Wahyu Putra, M. Si
NIDN. 0331086601

Penguji : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo ST., MM
NIDN. 0329017202

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

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

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desvita Setyanie
Nomor Pokok : 202110325254
Mahasiswa
Tempat Tanggal Lahir : Bekasi, 23 Desember 2002
Alamat : Kp. Pulo Asem RT. 007/RW. 005, Kelurahan
Babelan Kota, Kecamatan Babelan, Kabupaten
Bekasi, 17610

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Skincare SKIN1004 Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”** Skripsi ini adalah karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk 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 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, 28 Juli 2025
Yang Membuat Pernyataan



METERAI
TEMPEL
8DAMX386980532
Desvita Setyanie
202110325254

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada *skincare* SKIN1004 melalui kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dekskrptif dengan metode kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 reponden, dengan responden utama mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Berdasarkan penelitian ini, terdapat beberapa variabel yang memiliki pengaruh signifikan dan lainnya tidak, sebagaimana dijelaskan di bawah ini: Brand Image dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Kualitas Produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Brand Image dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan.

Kata kunci: Brand Image, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, dan Kepuasan Pelanggan.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image and product quality on customer loyalty to SKIN1004 skincare through customer satisfaction. This study uses a descriptive quantitative research approach with a questionnaire as the data collection technique. The sampling method used in this study is Purposive Sampling. The sample size used in this study is 150 respondents, with the primary respondents being students from Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Based on this study, there are several variables that have a significant influence and others that do not, as explained below: Brand Image and Product Quality have a positive and significant influence on Customer Satisfaction. Customer Satisfaction has a positive and significant influence on Customer Loyalty, Brand Image has a positive and significant influence on Customer Loyalty, Product Quality has a positive but insignificant influence on Customer Loyalty, and Brand Image and Product Quality have a positive and significant influence on Customer Loyalty through Customer Satisfaction.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Customer Loyalty, and Customer Satisfaction.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas khadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”. Proposal ini disusun sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan program studiserta untuk memperdalam pemahaman penulis tentang pentingnya penerapan strategi pemasaran, khususnya pada brand image dan kualitas produk. Penyusunan ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Irjen, Pol (Pun) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) Selaku rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Dr.Yayan Hendayana, S.E., M.M Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Dr.Dovina Navanti, S.T., M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Supriyanto, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu membimbing saya selama di kampus ini

5. Christophorus Indra Wahyu Putra, S.E., M.Si Selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah tersedia untuk membimbing dan memberi arahan dalam penulisan proposal skripsi
6. Adi Wibowo Noor Fikri, S.Kom., MBA Selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah bersedia untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penulisan proposal skripsi
7. Teruntuk Ayah saya Tunggarto dan Ibu saya Simih Terima Kasih telah memberikan dukungan dan memberikan kasih sayang kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teruntuk teman terdekat penulis yang tidak bisa disebutkan satu-satu, terima kasih yang menjadi tempat cerita dan dukungan dalam masa pendidikan dan penulisan Tugas Akhir penulis.
9. Playlist Spotify yang sudah menemani proses penyusunan skripsi ini, menjadi pengiring setia di tengah malam, penguat semangat di kala lelah, dan pengusir sepi saat pikiran buntu.
10. Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook (BTS) yang telah memberikan motivasi kepada penulis secara tidak langsung lewat lagu dan kontennya.
11. Choi Seungcheol, Yoon Jeonghan, Hong Jisoo, Moon Junhui, Kwon Soonyoung, Jeon Wonwoo, Lee Jihoon, Xu Minghao, Kim Mingyu, Lee Seokmin, Boo Seungkwan, Chwe Hansol, Lee Chan (SEVENTEEN) yang secara tidak langsung juga memberi motivasi penulis dari berbagai karya

lagu dan kontennya dan menemani penulis dalam proses penulisan tugas akhir skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik pembaca.

Jakarta, 28 Juli 2025



Desvita Setyanie

202110325254



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.5 Sistematika Tugas Akhir.....	19
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	20
2.1 Telaah Teoritis	20
2.1.1 Brand image	20
2.1.2 Kualitas Produk	22
2.1.3 Kepuasan pelanggan	25
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	28
2.2 Telaah Empiris	29
2.2.1 Penelitian terdahulu	29
2.3 Kerangka Konseptual	32
2.4 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Desain Penelitian.....	37
3.2 Tahapan Penelitian	37
3.2.1 Tahap Perencanaan	38
3.2.2 Tahap Pelaksanaan.....	38

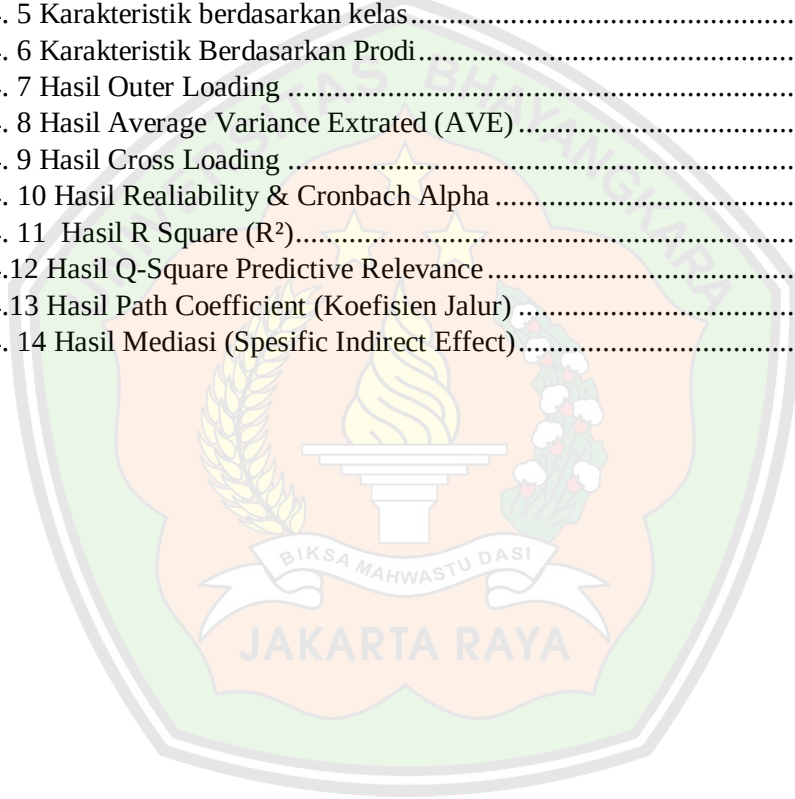
3.2.3 Tahap Penelitian	38
3.3 Model Konseptual	39
3.4 Operasional Variabel	40
3.4.1 Pengertian Variabel.....	40
3.4.2 Pengertian Operasional Variabel	41
3.5 Populasi dan Sampel.....	43
3.5.1 Populasi Penelitian.....	43
3.5.2 Sampel Penelitian	43
3.6 Skala Pengukuran	45
3.7 Jenis dan Sumber Data.....	45
3.7.1 Jenis Data	45
3.7.2 Sumber Data.....	46
3.8 Metode Analisa Data.....	46
3.8.1 Teknik Analisa Data Smartpls.....	46
3.8.2 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	47
3.8.3 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum	50
4.1.1. Pofil Perusahaan	50
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	51
4.1.3 Logo SKIN1004	52
4.1.4 Jenis <i>skincare</i> SKIN1004.....	52
4.2 Deskripsi Data.....	54
4.2.1 Identitas Responden.....	55
4.3 Hasil Analisis Data	58
4.3.1 Skema Model Partial Least Square.....	58
4.3.2 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	59
4.3.2 Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	64
4.3.3 Penguji Hipotesis	71
4.4 Pembahasan.....	74
BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Keterbatasan Penelitian	80
5.3 Saran.....	81

DAFTAR PUSAKA.....	83
LAMPIRAN	90



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel.....	41
Tabel 3. 2 Skala Likert	45
Tabel 4. 1 Jenis skincare SKIN1004	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Reponden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Angkatan	56
Tabel 4. 5 Karakteristik berdasarkan kelas.....	57
Tabel 4. 6 Karakteristik Berdasarkan Prodi.....	58
Tabel 4. 7 Hasil Outer Loading	60
Tabel 4. 8 Hasil Average Variance Extrated (AVE)	61
Tabel 4. 9 Hasil Cross Loading	62
Tabel 4. 10 Hasil Realiability & Cronbach Alpha	64
Tabel 4. 11 Hasil R Square (R^2).....	66
Tabel 4.12 Hasil Q-Square Predictive Relevance	67
Tabel 4.13 Hasil Path Coefficient (Koefisien Jalur)	68
Tabel 4. 14 Hasil Mediasi (Spesific Indirect Effect).....	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase penggunaan produk skincare berdasarkan sumber lokal dan luar negeri.....	2
Gambar 1.2 Ulasan Brand Image pelanggan di e-commerce Tokopedia	5
Gambar 1.3 Persentase responden terhadap Brand Image SKIN1004	6
Gambar 1.4 Persentase responden mengenai kualitas produk pada skincare SKIN1004....	7
Gambar 1.5 Review Positif dan Negatif Kualitas Produk SKIN1004.....	8
Gambar 1.6 Persentase seberapa loyalitas yang memakai skincare SKIN1004	11
Gambar 1.7 Persentase seberapa kepuasan pada skincare SKIN1004	13
Gambar 1.8 Ulasan Positif dan Negatif Pelanggan terhadap skincare SKIN1004.....	14
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	32
Gambar 3. 1 Gambar Model Konseptual.....	39
Gambar 4.1 Logo SKIN1004.....	52
Gambar 4.2 Outer Model	59
Gambar 4.3 Inner Model	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji PLAGIARISME SKRIPSI

Lampiran 2 Uji Referensi

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Hasil Uji SmartPls

Lampiran 5 Kartu Bimbingan

Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup

