

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI KASUS PADA *BRAND SKINCARE* LOKAL)**

ESA SEKAR HASTARI

1707618025



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Proposal Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas
Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

ABSTRAK

ESA SEKAR HASTARI. Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada *Brand Skincare* Lokal): Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2023.

Tujuan utama penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada *brand skincare* lokal. Metode *purposive sampling* dipakai sebagai cara untuk mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarakan secara *online* menggunakan skala Likert 1-5. Sampel yang terkumpul sejumlah 220 responden dengan kriteria pernah membeli dan menggunakan produk *skincare* Somethinc minimal 3 dalam 6 bulan terakhir dengan usia lebih dari 17 tahun dan berdomisili di DKI Jakarta. Pengolahan data dijalankan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 untuk uji validitas dan reliabilitas sedangkan perangkat lunak Amos untuk uji hipotesis dan kelayakan model. Berdasarkan hasil yang telah dianalisis, dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh antara kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: kepercayaan merek, kualitas produk, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand trust and product quality on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable for Somethinc a local skincare brand in DKI Jakarta. A purposive sampling method are used to collect data through questionnaires distributed online using a Likert scale of 1-5. The sample collected was 220 respondents with the criteria of having purchased and used at least 3 Somethinc skincare products in the last 6 months, aged more than 17 years and domiciled in DKI Jakarta. Data processing was carried out using SPSS software version 25 to test the validity and reliability, meanwhile Amos software is for the hypothesis test and fit model test. Based on the analyzed data it can be seen that there is an influence between brand trust on customer satisfaction, product quality on customer satisfaction, customer satisfaction on customer loyalty, brand trust on customer loyalty through customer satisfaction, product quality on customer loyalty through customer satisfaction, brand trust on customer loyalty and product quality on customer loyalty.

Keywords: brand trust, product quality, customer satisfaction, customer loyalty








LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggungjawab Dekan
Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. Ari Santono, M.Pd.
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Ika Febrilia, SE, MM</u> NIP. 198702092015042001 (Ketua Penguji)		27-02-2023
2	<u>Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D</u> NIP. 197412212008121001 (Penguji 1)		27-02-2023
3	<u>Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd</u> NIP. 198802142022032001 (Penguji 2)		27-02-2023
4	<u>Prof. Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011 (Pembimbing 1)		27-02-2023
5	<u>Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM</u> NIDN 0002038107 (Pembimbing 2)		27-02-2023

Nama : Esa Sekar Hastari
No. Registrasi : 1707618025
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 26 Januari 2023

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 20 Februari 2023
Yang membuat pernyataan



Esa Sekar Hastari

NIM. 1707618025



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.uni.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Esa Sekar Hastari
NIM : 1707618025
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/ Prodi Pendidikan Bisnis
Alamat email : esasekar56@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui
Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Brand Skincare Lokal)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 Februari 2023
Penulis

(Esa Sekar Hastari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan kasih sayang-Nya yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada *Brand Skincare* Lokal)”.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar S1 Pendidikan, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini, banyak rintangan yang penulis hadapi. Namun, berkat do’a dan usaha serta perjuangan juga bantuan dari banyak pihak, penulis mendapat banyak bantuan yang memudahkan untuk menulis skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ari Saptono, SE. M.Pd. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd. Selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
3. Prof. Dr. Corry Yohana, MM. Selaku Dosen Pembimbing I skripsi yang telah memberikan ilmu, membimbing, memberi saran dan perbaikan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing II skripsi yang telah memberikan ilmu, membimbing, memberi saran dan perbaikan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga yang saya cintai, Sujito dan Almh. Sri Wahyuti yang telah berjasa mendoakan dan memberikan motivasi dan Ario Tegar Sujiwo yang turut mendoakan saya.
6. Teman-teman seperjuangan saya Ajki, Cinuy, Vini, Miranti, Nata, dan Bunga yang telah membantu saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Kepada Salmiyati (Nenek) dan Isroatus Sholichah (bibi) terima kasih telah turut serta memberikan banyak saran dan dorongan untuk terus berkembang.

8. Keluarga besar Program Studi S1 Pendidikan Bisnis untuk setiap bantuannya.
9. Konsumen *skincare* Somethinc di DKI Jakarta sebagai responden yang sudah meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner riset ini.
10. Semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini dan mengucapkan terima kasih kepada para pembaca atas partisipasinya untuk memperbaiki skripsi ini. Semoga penelitian ini memiliki manfaat pengetahuan serta pemahaman bagi para pembaca.

Jakarta, Desember 2022



Peneliti



DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1. <i>Grand Theory</i>	14
2.2. Teori Pendukung	16
2.2.1 Loyalitas Konsumen (<i>Customer Loyalty</i>)	16
2.2.2 Kepuasan Konsumen (<i>Customer Satisfaction</i>)	24
2.2.3 Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)	28
2.2.4 Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>)	32
2.3. Telaah Pustaka Penelitian Terdahulu	35

2.4.	Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	43
2.4.1	Pengaruh kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen.....	43
2.4.2	Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.....	44
2.4.3	Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.....	46
2.4.4	Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen	47
2.4.5	Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen	48
2.4.6	Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen	49
2.4.7	Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen	51
BAB III METODE PENELITIAN.....		54
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	54
3.1.1	Waktu Penelitian	54
3.1.2	Tempat Penelitian.....	54
3.2	Desain Penelitian.....	54
3.3	Populasi dan Sampel	55
3.3.1	Populasi.....	55
3.3.2	Sampel.....	55
3.4	Pengembangan Instrumen	56
3.4.1	Loyalitas Konsumen.....	56
3.4.2	Kepuasan Konsumen.....	58
3.4.3	Kepercayaan Merek	59
3.4.4	Kualitas Produk.....	60
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.6	Teknik Analisis Data.....	63
3.6.1	Uji Validitas	63
3.6.2	Uji Reliabilitas	63
3.6.3	Uji Hipotesis	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		66

4.1	Deskripsi Data.....	66
4.1.1	Profil Responden.....	66
4.1.2	Profil Data.....	68
4.2	Hasil.....	71
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	71
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	74
4.2.3	Hasil Uji Kelayakan Model.....	75
4.2.4	Hasil Uji Hipotesis.....	77
4.2.5	Pembahasan.....	79
BAB V PENUTUP.....		85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Implikasi.....	86
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	86
5.2.2	Implikasi Praktis.....	87
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	88
5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....		90
LAMPIRAN.....		106