

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *BRAND IMAGE*,
CUSTOMER SATISFACTION, DAN *CUSTOMER TRUST*
DALAM MEMENGARUHI *CUSTOMER LOYALTY* PADA
PELANGGAN *BRAND* KECANTIKAN RAMAH
LINGKUNGAN DI WILAYAH DKI JAKARTA**

LISNA SINTYA

1705620005



Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE,
CUSTOMER SATISFACTION, AND CUSTOMER TRUST IN
INFLUENCING CUSTOMER LOYALTY FOR CUSTOMERS
OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY BEAUTY BRANDS IN
THE JAKARTA AREA.**

LISNA SINTYA

1705620005



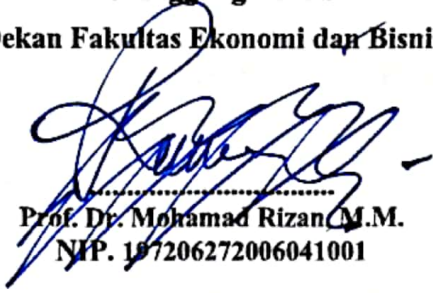
This thesis is prepared as one of the requirements to obtain a Bachelor of Management degree at the Faculty of Economics and Business, State University of Jakarta.


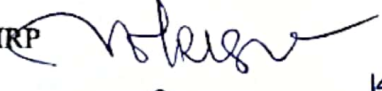



**STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA STATE UNIVERSITY**

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**


Prof. Dr. Mohamad Rizan M.M.
NIP. 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si NIP. 197206171999031001 (Ketua Penguji)		14 Februari 2025
2	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A,CHRP NIP. 199111022022032013 (Penguji 1)		14 Februari 2025
3	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D NIP. 197412212008121001 (Penguji 2)		21 Februari 2025
4	Prof. Usep Suhud, M.Si.,Ph.D NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		27 Februari 2025
5	Meta Bara Berutu, S.E., M.M. NIP. 199409222022032012 (Pembimbing 2)		09 Maret 2025

Nama : Lisna Sintya
No. Registrasi : 1705620005
Program Studi : S1 Manajemen
Tanggal Lulus : 07 Februari 2025

LEMBAR 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 di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai bahan acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya berani menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 6 Februari 2025



Lisla Citra
NIM. 1705620005



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.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 : Lisna Sintya
NIM : 1705620005
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen
Alamat email : musstain169@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 *Service Quality*, *Brand Image*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Trust* dalam Memengaruhi *Customer Loyalty* pada Pelanggan *Brand* Kecantikan Ramah Lingkungan di Wilayah DKI Jakarta

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, 28 Februari 2025

Penulis

(Lisna Sintya)

ABSTRAK

Lisna Sintya, 2025; Pengaruh *Service Quality*, *Brand Image*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Trust* dalam Memengaruhi *Customer Loyalty* Pada Pelanggan *Brand* kecantikan ramah Lingkungan, S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Prof Usep Suhud, M.Si., Ph.D & Meta Bara Berutu, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: 1) *service quality* terhadap *brand image*. 2) *service quality* terhadap *customer satisfaction*. 3) *service quality* terhadap *customer trust*. 4) *brand image* terhadap *customer loyalty*. 5) *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*. 6) *customer trust* terhadap *customer loyalty*. Data diambil dengan kuesioner yang dibagikan secara online melalui media sosial. Responden pada penelitian ini adalah mereka yang berdomisili di Wilayah DKI Jakarta, berusia 18-55 tahun dan pernah melakukan pembelian produk Sensatia Botanicals dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Penelitian ini menggunakan software SPSS versi 25 dan AMOS versi 25 untuk melakukan analisis data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan seluruh hipotesis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*, *service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer trust*, *brand image* memiliki pengaruh negatif terhadap *customer loyalty*, *customer satisfaction* memiliki pengaruh negatif terhadap *customer loyalty*, dan *customer trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*.

Kata Kunci: *service quality*, *brand image*, *customer satisfaction*, *customer trust*, dan *customer loyalty*.

ABSTACT

Lisna Sintya, 2025; The Effect of Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Trust in Influencing Customer Loyalty in Customers of Environmentally Friendly Beauty Brands, S1 Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, Advisory Team: Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D & Meta Bara Berutu, S.E., M.M.

This study aims to determine the effect of: 1) service quality on brand image. 2) service quality on customer satisfaction. 3) service quality on customer trust. 4) brand image on customer loyalty. 5) customer satisfaction on customer loyalty. 6) customer trust on customer loyalty. Data was collected by questionnaires distributed online through social media. Respondents in this study are those who live in the DKI Jakarta Region, are 18-55 years old and have purchased Sensatia Botanicals products within the past year. This study uses SPSS version 25 and AMOS version 25 software to analyze data. The results of this study indicate that all hypotheses have a positive and significant effect. The results of this study indicate that service quality has a positive and significant effect on brand image, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer trust, brand image has a positive and significant effect on customer loyalty, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, and customer trust has a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: *service quality, brand image, customer satisfaction, customer trust, and customer loyalty.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat ridho dan karunia-Nya saya bisa menyelesaikan penulisan skripsi. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan pada junjungan nabi agung Muhammad SAW. Serta kepada semua pihak yang terlibat dalam mendukung saya untuk menyelesaikan penulisan skripsi.

Penelitian ini disusun dalam rangka untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik untuk mendapatkan gelar sarjana manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan menjadi salah satu sumber ilmu untuk pembaca.

Dalam menyusun skripsi, Penulis mendapatkan banyak dukungan baik secara moral maupun mental dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta
2. Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta
3. Prof. Usep Suhud., M.Si., P.h.D selaku Dosen Pembimbing 1
4. Meta Bara Berutu, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 2
5. Dr. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si selaku Ketua Penguji
6. Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A selaku Penguji 1

7. Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D selaku Penguji 2
8. Kedua orang tua tercinta, Ibu dan Bapak peneliti yang senantiasa memberikan doa, dukungan, materi, dan semua yang mereka usahakan agar Peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Mereka yang menjadi alasan terbesar Peneliti agar terus berjuang sampai akhir.
9. Deni Herdiansyah dengan keluarga kecilnya serta Rifan Hasan, kakak dan adik peneliti yang membantu peneliti dengan caranya masing-masing. Semoga kita menjadi saudara yang saling menyayangi dan mengasihi.
10. Anisa Yulisnawati dan Vina Novitasari, sahabat kecil yang tumbuh besar bersama peneliti. Berjuang mencapai mimpi masing-masing dan selalu saling menguatkan. Peneliti bersyukur memiliki sahabat seperti mereka.
11. Reni Indriyani, teman kuliah peneliti sejak menjadi mahasiswa baru. Manusia baik hati yang selalu membantu, mendukung, dan memerhatikan peneliti. Banyak membantu agar peneliti bisa segera menyelesaikan penelitian ini.
12. Dwi Cahyani, Radinka Fathanayra Anwari, Silna Hasni Rosyidi, dan Rida Nur Rochmah. Teman kuliah sekaligus teman main peneliti yang turut serta memberikan dukungan penuh.
13. Mutiara Rachma Kuntoro dan Balqis Raihanisa. Teman seperjuangan peneliti yang selalu saling mengingatkan, membantu, dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

14. Mustain dan Farhan Saputra, teman pemberkasan peneliti. Telah kebersamai dari awal sampai akhir pemberkasan. Senantiasa membantu jika peneliti mendapat kesulitan.
15. Kepada responden yang secara sukarela membantu peneliti untuk mengisi kuesioner sehingga skripsi ini bisa berjalan dengan lancar.
16. Seluruh pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu yang turut mendoakan dan memberikan semangat bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
17. Terakhir, untuk diri saya sendiri sebagai penulis skripsi ini. Terima kasih sudah bertahan dan menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Perjalanan panjang ini telah sampai pada tujuannya. Tangis, gelisah, marah, dan hampir menyerah perlahan menjadi tangis yang penuh haru dan bangga. Terima kasih sudah mengupayakan semampu yang kamu bisa, Lisna.

Dengan adanya penulisan skripsi ini semoga bisa memberikan dampak positif bagi penulis maupun pembaca. Penulis menyadari terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Besar harapan penulis untuk pembaca agar dapat memberikan saran atau kritik sebagai bahan evaluasi dalam menulis skripsi ini.

Jakarta, 06 Februari 2025

Lisna Sintya

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Teori Pendukung	14
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	14
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.1.3 <i>Service Quality</i>	18
2.1.4 <i>Brand Image</i>	19
2.1.5 <i>Customer Trust</i>	21
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	22
2.2.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.2.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	24
2.2.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	25
2.2.4 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	25
2.2.5 Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	26
2.2.6 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	27

2.3 Kajian Teori dan Pengembangan Hipotesis	28
2.3.1 Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Waktu dan Tempat penelitian	39
3.1.1 Waktu Penelitian	39
3.1.2 Tempat Penelitian.....	39
3.2 Desain Penelitian	40
3.2.1 Metode Penelitian	40
3.3 Populasi dan Sampel	40
3.3.1 Populasi.....	40
3.3.2 Sampel	41
3.4 Pengembangan Instrumen	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data	48
3.5 Teknik Analisis Data	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Data	54
4.1.1 Karakteristik Responden.....	54
4.2 Hasil Pengujian	69
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	69
4.2.1.2 Uji Kelayakan Model.....	78
4.2.1.3 Uji Hipotesis	82
4.2.2 Pembahasan	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Implikasi	90
5.2.1 Implikasi Teoritis	90
5.2.2 Implikasi Praktis	91
5.3 Keterbatasan Penelitian	94
5.4. Rekomendasi Untuk Penelitian Selanjutnya	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	105
RIWAYAT HIDUP PENELITI	119