

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK
KOSMETIK WARDAH DI PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Nama : Anis Safitri

NIM : 16413997

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

HALAMAN PENGESAHAN


Judul : Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Ponorogo
Nama : Anis Safitri
NIM : 16413997
Tempat, Tanggal Lahir : Pacitan, 28 Februari 1998
Program Studi : Manajemen


Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 24 Agustus 2020

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom
NIDN. 0025057401


Riawan, S.pd., MM
NIDN.0705128502

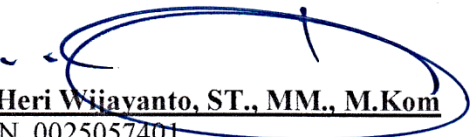
Mengetahui


Dekan Fakultas Ekonomi

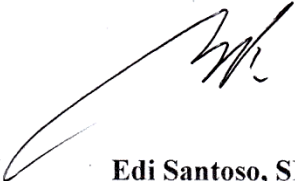


Titi Rapini, SE., MM
NIK.1963050519900111

Dosen Penguji :


Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom
NIDN. 0025057401


Drs. Ec. Purwanto, MM
NIDK. 8808523419

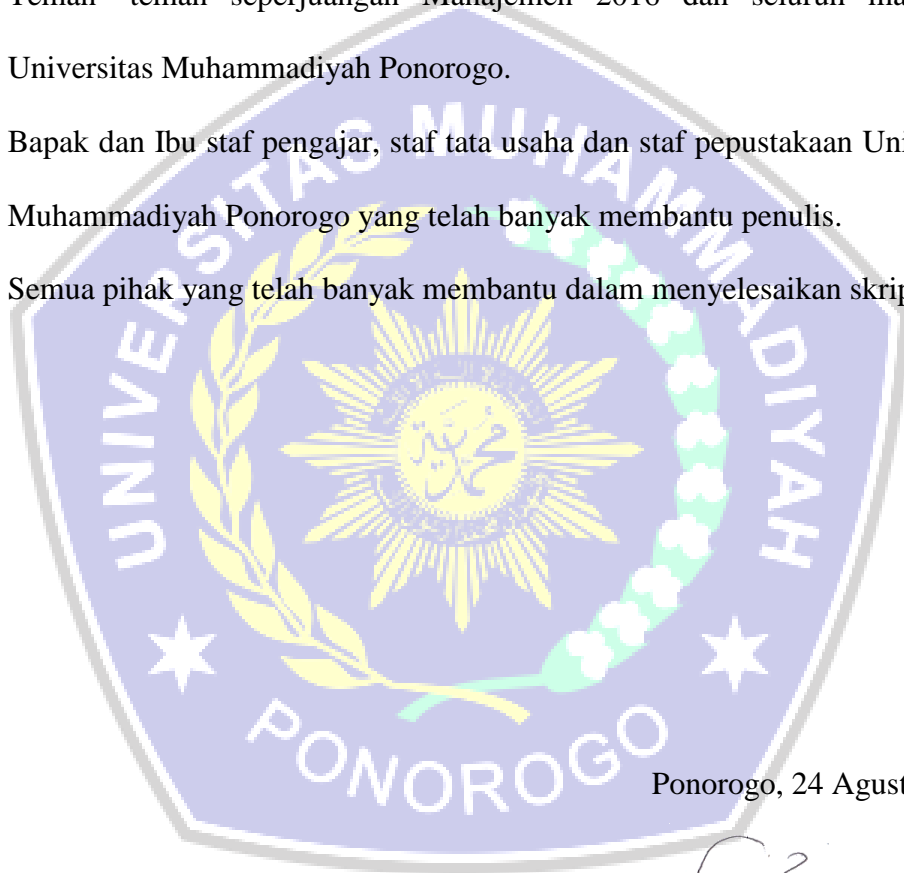

Edi Santoso, SE., MM
NIDN.0711037401

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen produk Kosmetik Wardah di Ponorogo” dengan baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Dalam penulisan skripsi ini ditemui beberapa kesulitan, namun berkat bantuan, motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Ibu Titi Rapini, SE, MM. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, bimbingan, pengarahan dan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.
4. Bapak Riawan, S.Pd, MM. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, bimbingan, pengarahan dan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Bapak Alip Sugiyanto, S.pd., M.Hum selaku wali kelas yang selalu memberikan pengarahan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Bapak dan ibu dosen pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang memberikan bekal ilmu pengetahuan.
7. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, semangat dan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Sahabat- sahabat terbaik di Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan semangat serta bantuan dan masukan pendukung skripsi ini.
9. Teman- teman seperjuangan Manajemen 2016 dan seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
10. Bapak dan Ibu staf pengajar, staf tata usaha dan staf perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah banyak membantu penulis.
11. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.



Ponorogo, 24 Agustus 2020

(Anis Safitri)

NIM. 16413997

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 24 Agustus 2020



(Anis Safitri)
NIM. 16413997

MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, kecuali mereka mengubah keadaan mereka sendiri **(QS Ar Ra'd ayat 11)**

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya. **(QS Al Baqarah ayat 286)**

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. **(QS Al-Insyirah ayat 5-6)**

Balas dendam terbaik adalah dengan memperbaiki dirimu **(Ali Bin Abi Thalib)**

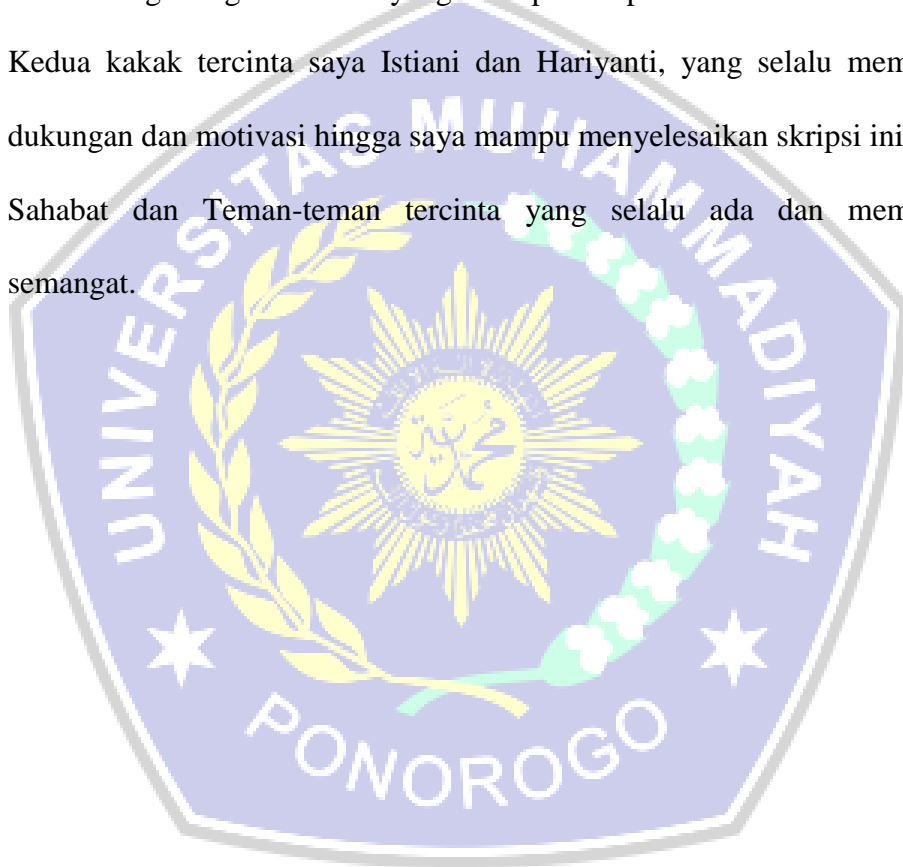


HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati, saya mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas karunia dan kemudahan yang diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Karya ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Sumarno dan Ibu Suyatmi yang senantiasa menemani, memberikan kasih sayang, dan dukungan pada setiap langkahku serta diiringi dengan doa-doa yang tidak pernah putus untuk kebaikanmu.
2. Kedua kakak tercinta saya Istiani dan Hariyanti, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi hingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini
3. Sahabat dan Teman-teman tercinta yang selalu ada dan memberikan semangat.



DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Pernyataan Tidak Melanggar Kode Etik Penelitian.....	v
Motto.....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Pemasaran.....	8
2. Merek (<i>Brand</i>).....	10
3. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	15
4. Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>).....	18
5. Kepuasan Konsumen.....	20
6. Perilaku Konsumen	22
7. Loyalitas Konsumen.....	24

B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Pemikiran	29
D. Hipotesis	30
BAB III	33
METODE PENELITIAN	33
A. Ruang Lingkup Penelitian	33
B. Populasi dan Sampel	34
C. Metode Pengambilan Data	35
D. Skala Pengukuran	36
E. Definisi Operasional Variabel	37
F. Uji Instrumen Data	38
G. Uji Asumsi Klasik	40
H. Alat Analisis Data	42
BAB IV	46
HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Hasil Penelitian	46
1. Gambaran Umum Perusahaan	46
2. Visi dan Misi Perusahaan	47
3. Struktur Organisasi Perusahaan Wardah Kosmetik	49
4. Gambaran Produk Wardah	50
5. Karakteristik Responden	52
6. Deskripsi Jawaban Responden	55
7. Uji Instrumen Penelitian	61
8. Uji Asumsi Klasik	63

9. Alat Analisis Data.....	69
10. Uji Hipotesis	72
B. Pembahasan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	85



DAFTAR TABEL

Tabel 1	Mapping Penelitian Tedahulu	29
Tabel 2	Definisi Operasional dan Indikator Pengukuran	40
Tabel 3	Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 5	Intensitas Pembelian Responden.....	55
Tabel 6	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Image</i>	56
Tabel 7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Trust</i>	58
Tabel 8	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen.....	59
Tabel 9	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Konsumen.....	60
Tabel 10	Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 11	Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 12	Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 13	Hasil Uji Autokorelasi	68
Tabel 14	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
Tabel 15	Hasil Uji Koefisien (R^2).....	72
Tabel 16	Hasil Uji Parsial (Uji t)	73
Tabel 17	Hasil Uji Serempak (Uji F).....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	32
Gambar 2	Struktur Organisasi Perusahaan Wardah	50
Gambar 3	Grafik Hasil Uji Normalitas.....	64
Gambar 4	Plot Hasil Uji Heterokedastisitas	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	88
Lampiran 2	Deskripsi Responden.....	93
Lampiran 3	Tabulasi Data Penelitian	96
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas.....	100
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas	103
Lampiran 6	Hasil Pengolahan Data (Analisis Regresi Linear).....	105
Lampiran 7	Hasil Pengolahan Data (Uji Asumsi Klasik).....	106
Lampiran 8	Hasil Pengolahan Data (Uji Hipotesis)	110
Lampiran 9	Tabel Durbin Watson (DW).....	111
Lampiran 10	Tabel r	112
Lampiran 11	Tabel t.....	113
Lampiran 12	Tabel F	114