

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Pada Konsumen Natasha Skin Care Area Mall Tangerang City)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Adin Yulia

NIM : 43114120162

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Pada Konsumen Natasha Skin Care Area Mall Tangerang City)**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Progam Studi Manajemen S1
Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Adin Yulia

NIM : 43114120162

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adin Yulia

NIM 43114120162

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Februari 2020



UNIVERSITAS
MERCU BUANA Adin Yulia
Nim. 43114120162

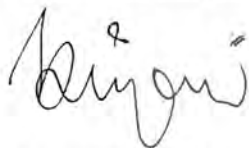
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adin Yulia
NIM : 43114120162
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN NATASHA SKIN CARE TANGERANG CITY MALL)

Tanggal lulus ujian :

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,



Privono, SE., ME

Tanggal : 19 oktober 2020

Ketua Penguji,



Dudi Permana, Ph.D

Tanggal : 18 Oktober 2020

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal :



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal :

ABSTRACT

The purpose of the research to test and analyze the brand image, service quality, and product quality on Natasha Skin Care consumer satisfaction. The research method used in this research is descriptive method. The object of research is 150 respondents from Natasha Skin Care Mall Tangerang City Area. The data instrument uses Structural Equation Model (SEM) with Smart-PLS analysis tools. The results of this research indicated that brand image variables have a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality variables have a positive and significant effect on customer satisfaction. Product quality variables have a positive and significant effect on customer satisfaction

Keywords: *Brand image, Service Quality, Product Quality, Consumer Satisfaction.*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Natasha Skin Care. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Objek penelitian ini adalah konsumen Natasha Skin Care Area Mall Tangerang City sebanyak 150 responden. Instrumen data menggunakan metode statistik *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS. Hasil penelitian menunjukkan variable citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variable kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variable kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : Citra merek, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat dan rahmat Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Konsumen Natasha Skin Care”. Proposal skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Priyono, SE., ME., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si.,CA.,CIPSAS.,CMA.,CSRS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Suami dan anak saya yang selalu memberikan doa, motivasi serta inspirasi yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat - sahabat saya yang selama ini selalu memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.

6. Seluruh Staf Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Manajemen dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.
7. Terima kasih pada semua pihak yang tidak bias disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan serta doanya dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, Penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 28 Februari 2020



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Adin Yulia

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kontribusi Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	9
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Pemasaran Jasa	9
2. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	9
a. <i>Pengertian Brand Image</i>	9
b. <i>Manfaat Brand Image</i>	11
c. <i>Dimensi dan indikator Brand Image</i>	12
3. <i>Kualitas Pelayanan</i>	13
a. <i>Pengertian Kualitas pelayanan</i>	13
b. <i>Tujuan dan Fungsi Kualitas Pelayanan</i>	14
c. <i>Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan</i>	14
4. <i>Kualitas Produk</i>	15
a. <i>Pengertian Kualitas Produk</i>	15
b. <i>Perspektif terhadap Kualitas Produk</i>	16

c. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	18
5. Kepuasan Konsumen	19
a. Pengertian Kepuasan Konsumen	19
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	20
c. Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen	21
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Rerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis.....	27
1. Pengaruh <i>brand image</i> terhadap kepuasan konsumen	27
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Waktu dan Tempat Penelitian	31
B. Desain Penelitian.....	31
C. Definisi dan Operasional Variabel	32
1. Definisi variabel	32
2. Operasionalisasi Variabel.....	33
D. Skala Pengukuran.....	36
E. Populasi dan Sampel Penelitian	37
F. Teknik Pengumpulan Data.....	38
G. Metode Analisis Data.....	38
1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
B. Analisis Deskriptif	43
1. Karakteristik Responden	43
2. Deskriptif Jawaban Responden	45
C. Hasil Uji Kualitas Data	50
1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model.....	50
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	57
D. Pembahasan Hasil Penelitian	59

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	62
	A. Kesimpulan	62
	B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN.....		69



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Kuesioner Pra Survei	6
Tabel 3. 1	Operasionalisasi Variabel Brand Image	34
Tabel 3. 2	Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan	34
Tabel 3. 3	Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk	35
Tabel 3. 4	Operasionalisasi Variabel Kepuasan Konsumen	35
Tabel 3. 5	Skala Likert.....	36
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	44
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	45
Tabel 4. 5	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Brand Image	46
Tabel 4. 6	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan	47
Tabel 4. 7	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kualitas Produk	48
Tabel 4. 8	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kepuasan Konsumen	49
Tabel 4. 9	Hasil pengujian Convergent Validity	50
Tabel 4. 10	Hasil pengujian Convergent Validity (modifikasi).....	52
Tabel 4. 11	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings).....	54
Tabel 4. 12	Hasil Pengujian AVE.....	55
Tabel 4. 13	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium) .	56
Tabel 4. 14	Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	56
Tabel 4. 15	Nilai R2 Variabel Endogen.....	57
Tabel 4. 16	Hasil Pengujian Hipotesis.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran Konseptual	30
Gambar 4. 1	Hasil Algoritma PLS	51
Gambar 4. 2	Hasil Algoritma PLS (modifikasi).....	53
Gambar 4. 3	Hasil Uji Boostrapping.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	69
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	74
Lampiran 3 Hasil Output PLS.....	90

