

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN HIJAB MUSLIMAH
MILLIONAIRE**

SKRIPSI



NAMA : ISNINATUR ROSIDAH

NIM : 43115120406

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN HIJAB MUSLIMAH
MILLIONAIRE**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



NAMA : ISNINATUR ROSIDAH

NIM : 43115120406

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Isninatur Rosidah
NIM : 43115120406
Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Februari 2020



Isninatur Rosidah

NIM : 43115120406

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Isninatur Rosidah
NIM : 43115120406
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Hijab Muslimah Millionaire
Tanggal Lulus Ujian : 10 Maret 2020

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji,



Arief Bowo Prayoga Kasmoo, MM., Ph.D

Dr. Didin Hikmah Perkasa, SE., MM

Tanggal : 17 Juni 2020

Tanggal : 19 Maret 2020

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



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

Tanggal :



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal : 23 Juli 2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan implikasinya terhadap loyalitas pelanggan Hijab Muslimah Millionaire. Objek penelitian ini adalah konsumen yang sudah menjadi pelanggan yang berjenis individu atau perorangan di wilayah Jabodetabek yang melakukan pembelian produk Hijab Muslimah Millionaire. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian ini dilakukan pada 135 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan menggunakan *Non Probability Sampling* untuk pengambilan sampel. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS 3.2.8. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of product quality, brand image, and service quality on customer satisfaction and its implications for customer loyalty in Muslim Hijab Millionaire. The object of this research is consumers who have become individual customers or individuals in the Jabodetabek area who purchase Muslimah Millionaire Hijab products. The research method used in this research is descriptive method. This research was conducted on 135 respondents using a quantitative approach. The data collection technique used was a questionnaire using Non Probability Sampling for sampling. Analysis of the data used in this study is the Structural Equation Model (SEM) with Smart-PLS analysis tool 3.2.8. This research shows that product quality has a positive and not significant effect on customer satisfaction. Brand image has a positive and not significant effect on customer satisfaction. Promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction. Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, kesehatan serta karunia-Nya kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Hijab Muslimah Millionaire”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak., khususnya Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, MM., Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, peneliti dengan segala ketulusan dan kerendahan hati ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak yang telah dengan ikhlas membantu proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip. M.S. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak.,M.Si.,CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.

4. Ibu Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.Si selaku Dosen metodologi penelitian peneliti yang telah memberikan masukan dan semangat tiada henti.
5. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Orang tua tercinta yaitu bapak Sugiman dan ibu Paryatin yang selalu memberikan dukungan moril maupun material, doa yang tiada hentinya serta inspirasi yang tak ternilai.
7. Kakak tercinta Alfiatun Mubarakah, kak Diaz Adriani, teh Eva Iriyani atas segala perhatian, doa, semangat, dan dukungannya.
8. Sahabat saya Titis Puspaningsih, Ninik Ratna Sari, Lestari Farchan, Ade Yayang, Joni Saputra, Ridho Mustofa yang selalu memberikan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Rekan kerja yang selalu memberikan kesempatan dan waktu kepada saya untuk menyelesaikan skripsi, serta memberikan semangat kepada peneliti.
10. Teman-teman yang tidak bisa di sebutkan satu persatu, yang selalu memberikan semangat dan membantu penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir

kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 18 Februari 2020

Isninatur Rosidah



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Perumusan Masalah Penelitian	10
C. Batasan Masalah Penelitian	10
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Manajemen.....	13
2. Bauran Pemasaran.....	17
3. Kepuasan Pelanggan	19
4. Kualitas Produk.....	24
5. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	29
6. Kualitas Pelayanan.....	35
7. Loyalitas Pelanggan	38
B. Penelitian Terdahulu.....	45
C. Pengembangan Hipotesis.....	52
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	52

2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	53
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	54
4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	54
D. Hipotesis Penelitian	57
BAB III METODE PENELITIAN	58
A. Waktu dan Tempat Penelitian	58
B. Desain Penelitian	58
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	59
D. Skala Pengukuran Variabel	63
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	64
F. Metode Pengumpulan Data	66
G. Metode Analisis Data	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	77
A. Gambaran Umum Perusahaan	77
1. Sejarah Perusahaan	77
2. Lingkup Bisnis Usaha	80
3. Tantangan Bisnis Muslimah Millionaire	81
B. Analisis Deskriptif.....	82
1. Karakteristik Responden.....	82
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	82
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	84
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	85
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Dalam Satu Bulan.....	86
2. Deskriptif Jawaban Responden.....	86
a. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Produk.....	87
b. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Citra Merek.....	87

c. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan.....	88
d. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan.....	89
e. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan.....	90
C. Hasil Uji Kualitas Data	91
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer)</i> Model	91
a. Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	91
b. Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	95
c. Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	99
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	100
a. Hasil Pengujian Nilai R-square	100
b. Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit Model</i>	101
c. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	104
D. Pembahasan Hasil Penelitian	107
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan....	107
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	108
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	109
4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelangga	110
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	111
A. Kesimpulan	111
B. Saran	111
C. Keterbatasan Penelitian	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1.	Data Penjualan Hijab Muslimah Millionaire	5
1.2.	Data Keluhan Pelanggan Hijab Muslimah Millionaire	6
1.3.	Hasil Kuesioner Pra-Survey	8
2.1.	Penelitian Terdahulu Nasional	45
2.2.	Penelitian Terdahulu Internasional	50
3.1.	Operasionalisasi Variabel	62
3.2.	Skala Likert	64
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	83
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	84
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	85
4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Dalam Satu Bulan	86
4.6.	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kualitas Produk	87
4.7.	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Citra Merek	88
4.8.	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan	89
4.9.	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kepuasan Pelanggan	89
4.10.	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Loyalitas Pelanggan	90
4.11.	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	91
4.12.	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)	93
4.13.	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loadings</i>)	95
4.14.	Hasil Uji <i>Discriminant Validity Average Variance Extracted</i> (AVE)	98
4.15.	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Lacker Criterium</i>)	98

4.16.	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> Dan <i>Cronbach's Alpha</i>	99
4.17.	Nilai R^2 Variabel Endogen	100
4.18.	Hasil Pengujian Hipotesis	104



DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1.	Bauran Pemasaran	18
2.2.	Rerangka Konseptual	56
4.1.	Contoh Produk Muslimah Millionaire	80
4.2.	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	92
4.3.	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Modifikasi	94
4.4.	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> (Uji Hipotesis)	105



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	117
Lampiran 2	Hasil Kuesioner	121
Lampiran 3	Hasil Output PLS	141

