

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN,  
*PROMOTIONAL MIX* PADA PENINGKATAN LOYALITAS  
PELANGGAN  
(Studi pada Salon Johnny Andrian)**

**SKRIPSI**



Nama : Ade Imash Shidqiah  
NIM : 43119010189

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN,  
*PROMOTIONAL MIX* PADA PENINGKATAN LOYALITAS  
PELANGGAN  
(Studi pada Salon Johnny Andrian)**

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



Nama : Ade Imash Shidqiah

NIM : 43119010189

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ade Imash Shidqiah

NIM : 43119010189

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).



Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 26 Oktober 2023

Ade Imash Shidqiah

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ade Imash Shidqiah  
NIM : 43119010189  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN,  
PROMOTIONAL MIX PADA LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada  
Salon Jhonny Andrian)  
Tanggal Sidang : 20 Oktober 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233270



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Promotional Mix Pada Peningkatan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Salon Johnny Andrean)”. Proposal skripsi ini merupakan sebagai syarat dalam memperoleh gelarsarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini selalu terikat dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segenap hati Peneliti ingin mengucapkan dalam bentuk terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dan dukungan yang telah di berikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, Peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih yangsebesar-besarnya kepada Dr. Aldina Shiratina, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, mengarahkan, serta memberikan saran-saran kepada Peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Andriansyah, PhD., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Kepada kedua Orang Tua tercinta dengan kasih sayang dan dukungan tiada akhir dalam memberikan do’a, dorongan dan motivasi selama ini.

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang sudah memberikan segenap ilmunya.
6. Untuk seluruh teman-teman keluarga H. yang telah memberikan semangat serta motivasi yang sangat amat berarti dalam penyusunan skripsi ini. Semoga dapat lulus dengan hasil yang baik sehingga dapat menemukan apa yang dicari dan menggapai apa yang diinginkan.
7. Untuk sahabat tersayang yaitu Reiga Ihsanul Izzul Haq dan Ayu Septyani yang telah memberikan semangat dan motivasi penuh dalam memberikan dorongan kepada penulis untuk penyusunan skripsi ini. Semoga dapat lulus bareng dan dapat menggapai cita-cita yang diinginkan.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena pengetahuan dan pengalaman Peneliti yang amat sangat masih terbatas. Oleh karena itu, Peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritikan yang dapat membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat serta dapat menambah pengetahuan. Akhir kata Peneliti memohon maaf apabila ada kesalahan dalam skripsi ini.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Juni 2022



**Ade Imash Shidqiah**

NIM : 43119010189

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kontribusi Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>12</b>
A. Kajian Pustaka .....	12
1. <i>Expectancy Confirmation Theory</i> .....	12
2. Pengertian Pemasaran.....	15
3. Perilaku Konsumen .....	16
4. Loyalitas Pelanggan.....	16
5. Citra Merek.....	23
6. Kualitas Layanan .....	28
7. <i>Promotional mix</i> .....	32
B. Penelitian Terdahulu.....	37
C. Pengembangan Hipotesis.....	43
a. Hubungan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan .....	44
b. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	44
c. Hubungan <i>Promotional Mix</i> terhadap Loyalitas Pelanggan .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>47</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	47
B. Desain Penelitian .....	47

C. Definisi dan Operasional Variabel .....	48
D. Skala Pengukuran Variabel .....	52
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	53
F. Teknik Pengumpulan Data .....	55
G. Metode Analisis Data .....	55
1. Evaluasi Measurement ( <i>Outer Model</i> ).....	56
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	57
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	60
B. Analisis Deskriptif.....	60
a. Deskripsi Responden .....	60
b. Deskripsi Variabel .....	66
C. Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	75
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	75
2. Hasil Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> )....	85
3. Pengujian Hipotesis .....	89
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	90
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>94</b>
A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>103</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Top Brand</i> Merek Salon .....	5
Tabel 1.2	Pra Survey Terkait Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan .....	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	51
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert.....	54
Tabel 4.1	Hasil Uji Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2	Hasil Uji Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	63
Tabel 4.3	Hasil Uji Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	64
Tabel 4.4	Hasil Uji Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Gaji/Pendapatan Perbulan.....	65
Tabel 4.5	Hasil Uji Analisis Deskriptif Berdasarkan Jumlah Kunjungan Ke Salon Johny Andrian Selama Sebulan.....	66
Tabel 4.6	Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	67
Tabel 4.7	Hasil Uji Analisis Deskripsi Variabel Citra Merek (X1).....	69
Tabel 4.8	Hasil Uji Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Pelanggan (X2).....	71
Tabel 4.9	Hasil Uji Analisis Deskripsi Variabel <i>Promotional Mix</i> (X3).....	74
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> .....	77
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Modifikasi.....	79
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Diskriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	81
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i> .....	83
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)</i> .....	84

Tabel 4.15	Hasil Uji <i>Average Variance Extraced (AVE)</i> .....	85
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i> .....	86
Tabel 4.17	Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> .....	87
Tabel 4.18	Hasil Uji Nilai <i>Q-Square</i> .....	88
Tabel 4.19	Hasil Uji Nilai <i>Effect Size (f-Square)</i> .....	89
Tabel 4.20	Hasil Uji <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i> .....	90
Tabel 4.21	Hasil Uji Hipotesis.....	91



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	47
Gambar 4.1	Hasil Uji Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin).....	62
Gambar 4.2	Hasil Uji Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Usia.....	63
Gambar 4.3	Hasil Uji Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	64
Gambar 4.4	Hasil Uji Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Gaji/Pendapatan Perbulan.....	65
Gambar 4.5	Hasil Uji Analisis Deskriptif Berdasarkan Jumlah Kunjungan Ke Salon Johny Andrean Selama Sebulan.....	66
Gambar 4.6	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> .....	77
Gambar 4.7	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Modifikasi.....	79
Gambar 4.8	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i> .....	90

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 2	Hasil Kuesioner Penelitian.....	108
Lampiran 3	Deskriptif Responden.....	150
Lampiran 4	Hasil Uji Deskripsi Variabel.....	151
Lampiran 5	Hasil Pengujian Model Pengukuran.....	159



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA