

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA,
KESADARAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
(Studi Pada Pelanggan Pembersih Wajah Wardah)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : Fitri Diana Puspasari
Nim : 43120010168

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA,
KESADARAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
(Studi Pada Pelanggan Pembersih Wajah Wardah)**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana

Jakarta



Nama : Fitri Diana Puspasari

Nim : 43120010168

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitri Diana Puspasari

NIM : 43120010168

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.

Jakarta, 19 Juni 2024



Fitri Diana Puspasari


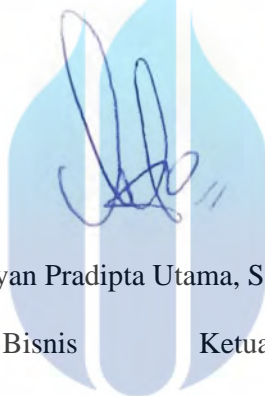
NIM 43120010168

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fitri Diana Puspasari
NIM : 43120010168
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pelanggan Pembersih Wajah Wardah)
Tanggal Sidang : 14 Juni 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing

Dr. Andyan Pradipta Utama, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04243924



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, persepsi harga, kesadaran merek terhadap loyalitas merek (studi pada pelanggan pembersih wajah wardah). Penelitian ini dilakukan terhadap 185 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pembersih wajah wardah, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pembersih wajah wardah, kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pembersih wajah wardah.

Kata Kunci: Citra Merek, Persepsi Harga, Kesadaran Merek, Loyalitas Merek



ABSTRACT

This research aims to determine the effect of brand image, price perception, brand awareness on brand loyalty (Study on wardah facial cleanser customers). This research was conducted on 185 respondents using a quantitative approach. The data analysis method used is Structural Equation Modeling (SEM). The results showed that brand image has a positive and significant effect on wardah facial cleanser brand loyalty, price perception has a positive and significant effect on wardah facial cleanser brand loyalty, brand awareness has a positive and significant effect on wardah facial cleanser brand loyalty.

Keywords: *Brand Image, Price Perception, Brand Awareness, Brand Loyalty*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Pada Pelanggan Pembersih Wajah Wardah)”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, SE, MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M., Eng., 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 Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Andyan Pradipta Utama, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan masukan serta memberi motivasi selama penyusunan skripsi.

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Kamisun dan Ibu Supriyatun serta kaka penulis Mas Edi dan Mba Anis serta keponakan yang menggemaskan Zura yang selalu memberikan dukungan moril maupun material, dorongan serta inspirasi yang tak ternilai sehingga skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu.
7. Terimakasih Mas Anggi Supardi selaku seseorang yang tak kalah penting kehadirannya. Yang telah memberikan semangat, mendengarkan keluh kesah dan memberikan dukungan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 14 Mei 2024

Fitri Diana Puspasari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kontribusi Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	10
A. Kajian Pustaka	10
1. Perilaku Konsumen.....	10
2. Citra Merek	12
a. Pengertian Citra Merek	12
b. Faktor - Faktor yang mempengaruhi Citra Merek	12
c. Komponen Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	13
d. Dimensi dan Indikator Citra Merek	14
3. Persepsi Harga	15
a. Pengertian Persepsi Harga.....	15
b. Faktor - Faktor yang mempengaruhi Persepsi Harga.....	16
c. Dimensi dan Indikator Persepsi Harga.....	16
4. Kesadaran Merek	17
a. Pengertian Kesadaran Merek	17

b. Faktor – Faktor yang mempengaruhi Kesadaran Merek.....	17
c. Piramida Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	18
d. Dimensi dan Indikator Kesadaran Merek.....	19
5. Loyalitas Merek	20
a. Pengertian Loyalitas Merek	20
b. Faktor Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Merek.....	21
c. Dimensi dan Indikator Loyalitas Merek.....	21
6. Penelitian Terdahulu	22
B. Pengembangan Hipotesis.....	28
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	28
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Merek.....	29
3. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	32
B. Desain Penelitian	32
C. Definisi Variabel dan Operasional Variabel.....	32
1. Definisi Variabel.....	32
2. Operasional Variabel.....	34
D. Skala Pengukuran	35
E. Populasi dan Sampel Penelitian	36
1. Populasi penelitian.....	36
2. Sampel Penelitian	36
F. Metode Pengumpulan Data	37
G. Metode Analisis Data	37
1. Analisis Deskriptif.....	37
2. <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum.....	41
1. Sejarah PT Paragon <i>Technology and Innovation</i>	41
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	43
3. Karakteristik Responden.....	43

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
3) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
B. Hasil Perhitungan.....	46
1. Analisis Deskriptif.....	46
2. <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	49
C. Pembahasan	60
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	60
2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Merek.....	61
3. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	63
A. Simpulan.....	63
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	74



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Data Penjualan Pembersih Wajah di Marketplace	3
1.2	Pra Survei Penelitian	4
1. 3	<i>Top Brand</i> Pembersih Wajah (dalam %)	5
1. 4	Perbandingan Harga Beberapa Merek Pembersih Wajah Ukuran 100 ml	6
1. 5	<i>Research Gap</i>	7
2.1	Penelitian Terdahulu	22
3.1	Operasional Variabel	34
3.2	Syarat Uji Validitas	38
3.3	Syarat Uji Reliabilitas	39
3.4	Syarat Uji <i>R-square</i>	39
3.5	Syarat Uji <i>Q-square</i>	40
4.1	Analisis Deskriptif Citra Merek	46
4.2	Analisis Deskriptif Persepsi Harga	47
4.3	Analisis Deskriptif Kesadaran Merek	47
4.4	Analisis Deskriptif Loyalitas Merek	48
4.5	<i>Outerloading</i> Validitas 1	50
4.6	<i>Outerloading</i> Validitas 2	53
4.7	AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	54
4.8	<i>Fornell-Lacker Criterion</i>	54
4.9	<i>Cross Loading</i>	55
4.10	Uji Reliabilitas	56
4.11	Syarat Uji <i>R-Square</i>	57
4.12	Koefisien Determinasi	57
4.13	<i>F-Square</i>	57
4.14	Kriteria <i>Q-Square</i>	58
4.15	<i>Q-Square</i>	58
4.16	Uji Hipotesis	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Pangsa Pasar Industri Kosmetik di Indonesia	2
2.1	Piramida Brand Awareness	18
2.2	Rerangka Konseptual	31
4.1	Diagram <i>Pie</i> Jenis Kelamin	44
4.2	Diagram <i>Pie</i> Usia	44
4.3	Diagram <i>Pie</i> Pekerjaan	45
4.4	Uji Validitas 1	50
4.5	Uji Validitas 2	53
4.6	Uji <i>Boostraping</i>	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuisisioner	74
2	Hasil Olah Data	84
3	Hasil Jawaban Responden	89

