

**PENGARUH PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN YANG DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN PADA
PRODUK WARDAH**



Oleh:

**BETHARI GALUH SAFIRA
NPM: 17.1.02.11121**

Program Studi: Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2021**

**PENGARUH PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN YANG DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN PADA
PRODUK WARDAH**



Oleh:

**BETHARI GALUH SAFIRA
NPM: 17.1.02.11121**

Program Studi: Manajemen

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2021**

**PENGARUH PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN YANG DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN PADA
PRODUK WARDAH**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**



Oleh:

BETHARI GALUH SAFIRA

NPM: 17.1.02.11121

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
STIESIA SURABAYA
2021**

**PENGARUH PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN YANG DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN
PADA PRODUK WARDAH**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

BETHARI GALUH SAFIRA

NPM : 17.1.02.11121

**Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada tanggal 22 April 2021**

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Suhermin, S.E., M.M.

Anggota : 1. Dr. Ir. Marsudi Lestariningsih, M.Si.

2. Dra. Ec. Sasi Agustin, M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen


Dr. Ir. Marsudi Lestariningsih, M.Si.


Dr. Suwitho, M.Si.



Ketua STIESIA


Dr. Nur Fadjar Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **BETHARI GALUH SAFIRA**

N.P.M : **17.1.02.11121**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN YANG DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN PADA
PRODUK WARDAH**

Diajukan untuk diuji pada tanggal 22 April 2021

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal terima.

Surabaya, 22 April 2021

Yang membuat pernyataan,



1000
R.
METERAL
TEMPEL
7D4AJX234557809

Bethari Galuh Safira

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Bethari Galuh Safira
NPM : 17.1.02.11121
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 03 Juni 1999
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 2 Bersaudara / 2 (Dua)
Alamat Rumah : Rungkut Menanggal Harapan T/7, Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Rahardjo
Alamat Rumah/Telepon : Rungkut Menanggal Harapan T/7, Surabaya /
082231215069
Alamat Kantor/Telepon :-
Pekerjaan/Jabatan :-

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Rungkut Menanggal I Surabaya tahun 2005-2011.
2. Tamat SMP 35 Surabaya tahun 2011-2014.
3. Tamat SMAN 20 Surabaya tahun 2014-2017.
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VII	2017-2021	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya,

Bethari Galuh Safira

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas karunia, karena atas rahmat, taufiq dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya dengan judul **“PENGARUH PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN”** dapat terselesaikan dengan baik.

Keberhasilan serta terselesaikannya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Dr. Ir. Marsudi Lestariningsih, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran dalam memberikan saran, bimbingan, dan motivasi dengan kesabaran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
4. Dr. Nur Laily, M.Si., selaku Dosen Wali kelas SM5 yang telah banyak membantu dalam memberikan pengarahan pada setiap perwalian yang berlangsung selama saya mengikuti kegiatan perkuliahan.

5. Bapak dan Ibu Dosen serta karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan teladan yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
6. Kedua orang tua saya yaitu Bapak Rahardjo dan Ibu Rini Tyastuti yang telah menyanangi, mendidik, menasehati, membina, serta memberikan doa dan dukungan secara moril dan materil yang tiada henti. Begitupula saudara kandung saya Tiara Devi Almira yang telah memberikan dukungan serta doa kepada penulis.
7. Frahmiana Esafani Nila Kusumawardhani dan Dhinar Cindarriyani yang selalu memberikan ide, motivasi, doa serta bantuan apapun yang saya butuhkan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian penelitian ini. Serta tidak lupa pula Refa Anggraini, Adytateja purnama, Putri Resha, dan Ana Farah Diba yang juga memberikan motivasi, saran, dan bersedia menemani hingga akhir penyelesaian penelitian ini.
8. Ivan Eka Putrananda yang selalu sabar memberikan saya motivasi, doa, serta bantuan apapun yang saya butuhkan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian penelitian ini.
9. Seluruh teman SM5 angkatan 2017, khususnya Oliv, Kirana, Lastri, Grace, Soufei, Nadsav, Azmi, Bella, Yasinta, Bayu, Hamsah, Rozi, dan Rizal yang telah berjuang bersama – sama dalam penyelesaian perkuliahan selama ini.

10. Teman-teman dalam lingkup kerja saya yang telah memberikan saya banyak ilmu dan pengalaman selama ini yang tentunya sangat bermanfaat bagi saya.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberi bantuan dan dukungannya selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan terimakasih banyak.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kerendahan hati para pembaca untuk memberikan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi para pembaca sehingga dapat memberikan manfaat dan juga pengetahuan, terimakasih.

Surabaya, 22 April 2021

Bethari Galuh Safira

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMBUNG DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB 1: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	9
BAB 2: TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ..	10
2.1 Tinjauan Teoritis.....	10
2.1.1 Promosi	10
2.1.2 Citra Merek	12
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	14
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	18
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Rerangka Konseptual	25
2.4 Pengembangan Hipotesis	26
2.4.1 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	26
2.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	27
2.4.3 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28
2.4.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28
2.4.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.4.6 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi Kepuasan Pelanggan	30
2.4.7 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan	30
BAB 3: METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi.....	32

3.1.1	Jenis Penelitian	32
3.1.2	Gambaran dari Populasi.....	32
3.2	Teknik Pengambilan Sampel	33
3.2.1	Penentuan Jumlah Sampel	33
3.2.2	Teknik Sampling.....	33
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3.1	Jenis Data.....	34
3.3.2	Sumber Data	34
3.3.3	Teknik Pengumpul Data.....	35
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	35
3.4.1	Variabel Penelitian.....	35
3.4.2	Definisi Operasional Variabel	35
3.5	Teknik Analisis Data	38
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif	38
3.5.2	Uji Instrumen	39
3.5.3	Uji Kelayakan Model	39
3.5.4	Uji Asumsi Klasik	40
3.5.5	Analisis Jalur Path (<i>Analysis Path</i>)	42
3.5.6	Uji Hipotesis Penelitian	43
BAB 4:	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1	Hasil Penelitian	45
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	45
4.1.2	Gambaran Umum dan Subyek Penelitian	46
4.1.3	Deskripsi Hasil Data	48
4.1.4	Uji Instrumen	56
4.1.5	Uji Kelayakan Model.....	58
4.1.6	Uji Asumsi Klasik.....	61
4.1.7	Analisis Jalur Path (<i>Analysis Path</i>).....	66
4.1.8	Uji Hipotesis Penelitian	68
4.2	Pembahasan	71
4.2.1	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	71
4.2.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	72
4.2.3	Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	73
4.2.4	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	73
4.2.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	74
4.2.6	Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi Kepuasan Pelanggan	75
4.2.7	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi Kepuasan Pelanggan	76
BAB 5:	PENUTUP	78
5.1	Simpulan.....	78
5.2	Keterbatasan	80
5.3	Saran	80

DAFTAR PUSTAKA	82
JADWAL PENELITIAN	85
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	86



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 Penelitian Terdahulu	20
2 Kelas Interval	38
3 Karakteristik Responden Menurut Usia	47
4 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	48
5 Kelas Interval.....	49
6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi	50
7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	51
8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.....	53
9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.....	54
10 Hasil Uji Validitas	56
11 Hasil Uji Realibilitas.....	58
12 Hasil Uji F Model 1.....	60
13 Hasil Uji F Model 2.....	61
14 Koefisien Determinasi Model 1	62
15 Koefisien Determinasi Model 2	62
16 Hasil Uji Normalitas Model 1	63
17 Hasil Uji Normalitas Model 2	63
18 Hasil Multikolinearitas Model 1	64
19 Hasil Multikolinearitas Model 2	64
20 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1 Data Produk Kecantikan Berdasarkan Total Penjualan (Pcs) Menurut E-Commerce Report 2020.....	3
2 Data Produk Kecantikan Berdasarkan Total Penggunaan #Instagram Post Menurut E-Commerce Report 2020	4
3 Data Produk Kecantikan Berdasarkan Pencarian Bulanan Google Menurut E-Commerce Report 2020	4
4 Model Konseptual.....	26
5 Diagram Jalur.....	42
6 Grafik Uji Normalitas Data Model 1.....	62
7 Grafik Uji Normalitas Data Model 2.....	62
8 Grafik Uji Heteroskedastisitas Model 1.....	65
9 Grafik Uji Heteroskedastisitas Model 2.....	66
10 Hasil Analisis Diagram Jalur.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Kuisisioner.....	86
2 Tabulasi Hasil Kuisisioner.....	91
3 Hasil Output SPSS.....	93

