

**PENGARUH *BRAND IMAGE, PRICE, PACKAGING PRODUCT*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK MS GLOW
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA STIESIA SURABAYA)**



Oleh:

LISA AYU TRISTIASARI

NPM: 21.1.02.80194

Program Studi : Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH *BRAND IMAGE, PRICE, PACKAGING PRODUCT*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK MS GLOW
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**



Oleh:

LISA AYU TRISTIASARI

NPM: 21.1.02.80194

Program Studi : Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH *BRAND IMAGE, PRICE, PACKAGING PRODUCT*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK MS GLOW
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi: Manajemen Pemasaran



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH BRAND IMAGE, PRICE, PACKAGING PRODUCT
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK MS GLOW
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)**

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

LISA AYU TRISTIASARI

NPM: 21.1.02.80194

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal 22 Maret 2025

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dr. Khuzaini, SE., M.M.

Anggota :1. Dr. Nur Laily, M.Si

2. Dr. Tri Yuniati, S.E., M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

Dr. Tri Yuniati, S.E., M.M.

Prof. Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA
Prof. Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **LISA AYU TRISTIASARI**

NPM : **21.1.02.80194**

Menyatakan bahwa skripsi

Dengan judul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE, PRICE, PACKAGING PRODUCT* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus pada Produk *Skincare* MS Glow di Kalangan
Mahasiswa STIESIA)**

Diajukan untuk diuji pada tanggal 22 Maret 2025, adalah hasil karya saya.

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 penuliss 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 saya terima.

Surabaya, 22 Maret 2025

Yang membuat pernyataan,



Lisa Ayu Tristiasari

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Lisa Ayu Tristiasari
NPM : 21.1.02.80194
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 21 September 2002
Agama : Islam
Jumlah Saudara/ Anak ke : 3/3
Alamat Rumah : Jl. Tambak Wedi Barat Gang IVE/44
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Moch. Sutarjo
Alamat Rumah/Telepon : Jl. Tambak Wedi Barat Gang IVE/44
Alamat Kantor/Telepon : 081330238300
Pekerjaan/Jabatan : POLRI

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SD Bulak Banteng 1/263 Surabaya tahun 2015
2. Tamat SLTP di SMP Cahaya Surabaya tahun 2018
3. Tamat SLTA di SMA Barunawati Surabaya tahun 2021
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Jl. Menur Pumpungan No. 30 Surabaya	I-VII	2021-2025	Manajemen

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
-	-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Brand Image, Price, Packaging Product Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Produk Skincare MS Glow di Kalangan Mahasiswa STIESIA)”**. Penyusun skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penyusun Skripsi ini tidak luput dari bantuan banyak pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak yang bersangkutan, khususnya untuk :

1. Prof. Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., AK., CA. Selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Prof. Dr. Suwitho, M.Si. Selaku ketua Pogram Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Dr. Tri Yuniati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu untuk membimbing dengan sabar untuk terselesaikannya skripsi ini.
4. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang peneliti sayangi yang telah membantu dan sabar dalam memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama proses berlangsung.
5. Teruntuk kedua Orang Tua yang sudah memberikan doa, kasih sayang, dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam menempuh pendidikan secara moril dan material.
6. Kakak peneliti yang pertama mas Arif terimakasih sudah membiayai sekolah dan kuliah peneliti sampai lulus sarjana S1 serta mbak Rizky terimakasih sudah memberi motivasi yang sangat luar biasa.

7. Kepada Muhammad Iqbal yang selalu menemani, selalu menjadi support system penulis pada hari yang tidak mudah selama proses penulisan skripsi. Terimakasih telah menjadi rumah kedua dan bagian dalam dalam perjalanan peneliti hingga proses penyusunan skripsi selesai.
8. Teruntuk Difa Siska selaku sahabat sedari masa awal perkuliahan yang selalu bersama-sama berjuang dari semester pertama hingga menemani peneliti selama bimbingan sampai penyelesaian skripsi dengan dukungan agar dapat menyelesaikan skripsi bersama-sama.
9. Kepada sahabat peneliti Azizah Putri, Ditasari, dan Zulfikar, terimakasih sudah memberikan pengertian, perhatian, dan dukungan pada saya.
10. Untuk teman peneliti sepebimbing Adelia, Alfia, Nasywa, Putri, Alya, terimakasih sudah memberikan motivasi, dukungan serta bantuan selama mengerjakan skripsi.

Dalam penyusunan skripsi ini, jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis buka lebar agar nantinya dapat menghasilkan penelitian yang baik dan semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya, terimakasih

Surabaya, 22 Maret 2025

Lisa Ayu Tristiasari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMANA PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Praktis.....	9
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.3 Manfaat Kebijakan.....	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	12
2.1 Tinjauan Teoritis.....	12
2.1.1 Kepuasan Konsumen.....	12
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	12
2.1.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.1.3 Peran Penting Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.1.4 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	15

2.1.1.5	Startegi Kepuasan Konsumen.....	16
2.1.1.6	Indikator Kepuasan Konsumen.....	18
2.1.2	Brand Image (citra merek).....	18
2.1.2.1	Pengertian Brand Image/Citra Merek	18
2.1.2.2	Komponen Brand Image	19
2.1.2.3	Faktor - faktor yang Mempengaruhi Brand Image	20
2.1.2.4	Elemen Brand Image	21
2.1.2.5	Menciptakan Brand Image Yang Kuat.....	21
2.1.2.6	Indikator Brand Image/Citra Merek.....	22
2.1.3	<i>Price</i>	23
2.1.3.1	Pengertian Price	23
2.1.3.2	Metode Penerapan Price	23
2.1.3.3	Peranan Price	25
2.1.3.4	Tujuan Penetapan Price	25
2.1.3.5	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Price	26
2.1.3.6	Arti Penting Price	28
2.1.3.7	Indikator Price	29
2.1.4	<i>Packaging Product</i>	29
2.1.4.1	Pengertian Packaging Product / Kemasan Produk	29
2.1.4.2	Tujuan Packaging	30
2.1.4.3	Fungsi Packaging	30
2.1.4.4	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Packaging	31
2.1.4.5	Dimensi Packaging	32
2.1.4.6	Indikator Packaging	33
2.2	Deskripsi Jurnal	33
2.3	Kerangka Konseptual	34
2.4	Pengembangan Hipotesis	35
2.4.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	35
2.4.2	Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	36
2.4.3	Pengaruh <i>Packaging Product</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	38
BAB 3 METODE PENELITIAN		40

3.1	Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi (Objek) Penelitian	40
3.1.1	Jenis Penelitian.....	40
3.1.2	Gambaran dari populasi (objek) penelitian	41
3.2	Teknik Pengambilan Sampel	41
3.2.1	Penentuan Jumlah Sampel	42
3.3	Teknik Pengumpulan Data	43
3.3.1	Jenis Data.....	43
3.3.2	Sumber Data.....	43
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data	44
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	46
3.4.1	Variabel Penelitian	46
3.4.2	Definisi Operasional variabel.....	46
3.4.2.1	Variabel Independen	46
3.4.2.2	Variabel Dependen.....	48
3.5	Teknik Analisis Data	49
3.5.1	Uji Analisis statistik deskriptif	49
3.5.2	Uji Instrumen.....	50
3.5.3	Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.5.4	Uji Asumsi Klasik	52
3.5.5	Uji Kelayakan Model.....	54
3.5.6	Uji Hipotesis (Uji t).....	54
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Hasil Penelitian	56
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.2	Hasil Penelitian	56
4.2.1	Gambaran Karakteristik Responden	56
4.2.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	60
4.3	Analisis Data.....	69
4.3.1	Uji Instrumen.....	69
4.3.2	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	71
4.3.3	Pengujian Asumsi Klasik.....	73

4.3.4	Uji Kelayakan Model / Goodness of Fit Test.....	79
4.4	Pembahasan.....	83
4.4.1	Pengaruh Brand Image terhadap kepuasan konsumen	83
4.4.2	Pengaruh Price Terhadap Kepuasan Konsumen	84
4.4.3	Pengaruh Packaging Product Terhadap Kepuasan Konsumen	85
BAB 5 PENUTUP		87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Keterbatasan Penelitian	88
5.3	Saran.....	88
JADWAL PENELITIAN		90
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN		96



DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. Top Bran Skincare lokal terlaris di Indonesia.....	2
2. Skala Likert.....	45
3. Skala Mean.....	45
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	58
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan.....	58
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Skincare MS Glow.....	59
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Rekomendasi Produk Skincare MS Glow	60
10. Kategori Berdasarkan Interval Kelas.....	61
11. Persepsi Responden pada Variabel <i>Brand Image</i>	62
12. Persepsi Responden pada Variabel <i>Price</i>	64
13. Persepsi Responden pada Variabel <i>Packaging Prodeut</i>	66
14. Persepsi Responden pada Variabel Kepuasan Konsumen.....	68
15. Hasil Uji Validitas.....	70
16. Hasil Uji Reliabilitas.....	71
17. Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	72
18. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov</i>	76
19. Hasil Uji Multikolimieritas	77
20. Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Breusch Pagan</i>	79
21. Hasil Uji F.....	79
22. Hasil Uji Determinasi.....	80
23. Hasil Uji t.....	81

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Hal
1. Kerangka Konseptual.....	35
2. Grafik Normal P-P Plot.....	75
3. Grafik Scatter Plot	78



DAFTAR LAMPIRAN

Tabel	Hal
1. Kusioner Penelitian.....	96
2. Tabulasi Data.....	99
3. Hasil output SPSS.....	111
4. Tanggapan Responden.....	113
5. Hasil Analisis Data.....	116
6. Surat Tugas Bimbingan.....	128
7. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi.....	129
8. Surat Ijin Riset.	130
9. Sertifikat Hasil Seminar	131
10. Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	132
11. Hasil Plagiasi.....	133
12. Berita Acara Skripsi.....	135

