

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS  
PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN KOSMETIK PIXY DI  
MATAHARI MEGA MALL KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Elok Pitaloka Putri  
180910291**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS  
PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN KOSMETIK PIXY DI  
MATAHARI MEGA MALL KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:  
Elok Pitaloka Putri  
180910291**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
2022**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Elok Pitaloka Putri

NPM : 180910291

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Pixy Di Matahari Mega Mall Kota Batam”**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 01 Agustus 2022



**Elok Pitaloka Putri**  
180910291

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS  
PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN KOSMETIK PIXY DI  
MATAHARI MEGA MALL KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh  
Elok Pitaloka Putri  
180910291**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
Seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 01 Agustus 2022**



**Syaifullah, S.E., M.M.  
Pembimbing**



**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh dari kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen kosmetik Pixy di Matahari Mega Mall Kota Batam. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah konsumen kosmetik Pixy di Matahari Mega Mall Kota Batam 283 konsumen. Sampel penelitian ini berjumlah 166 konsumen dengan teknik sampling acak sederhana. Metode pengumpulan data yaitu dengan kuesioner. Metode analisis data meliputi uji statistik dekripttif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis dengan menggunakan software program SPSS 25. Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang di peroleh dari variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek berpengaruh sebesar 67,7% terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 0,113 satuan terhadap kepuasan konsumen (Y), kualitas produk (X2) berpengaruh sebesar 0,288 satuan terhadap kepuasan konsumen (Y) dan citra (X3) berpengaruh sebesar 0,216 satuan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil uji t dan uji f maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, citra merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci** : Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine whether there is an effect of service quality, product quality and brand image on consumer satisfaction for Pixy cosmetics at Matahari Mega Mall Batam City. The research was conducted using quantitative methods. The population used is Pixy cosmetics consumers at Matahari Mega Mall Batam City 283 consumers. The sample of this study amounted to 166 consumers with a simple random sampling technique. The method of data collection is a questionnaire. Data analysis methods include descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, influence tests and hypothesis testing using the SPSS 25 software program. The coefficient of determination (R<sup>2</sup>) obtained from the variables of service quality, product quality and brand image has an effect of 67,7% of consumer satisfaction. Multiple linear regression test results show that service quality has an effect of 0.113 units on consumer satisfaction (Y), product quality (X<sub>2</sub>) has an effect of 0.288 units on consumer satisfaction (Y) and image (X<sub>3</sub>) has an effect of 0.216 units on consumer satisfaction (Y). The results of the t test and f test, it can be concluded that service quality has a partially significant effect on consumer satisfaction, product quality has a partially significant effect on consumer satisfaction, brand image has a partially significant effect on consumer satisfaction, service quality, product quality and brand image have a significant effect simultaneously on consumer satisfaction.*

**Keywords:** *Brand Image, Service Quality, Product Quality, Consumer Satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa Skripsi ini takkan wujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Syaifullah, S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak kosmetik Pixy di Matahari Mega Mall Kota Batam yang telah memberikan peneliti kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan Skripsi ini.
7. Keluarga penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman – teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan Skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupu materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi Penelitian ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 01 Agustus 2022



Elok Pitaloka Putri





**Universitas Putera Batam**

## DAFTAR ISI

|  | Halaman |
|--|---------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                                       | i       |
| <b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....                       | ii      |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                                  | iii     |
| <b>ABSTRAK</b> .....   | iv      |
| <b>ABSTRACT</b> .....  | v       |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                      | vi      |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....  | vii     |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                       | x       |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....  | xi      |
| <b>DAFTAR RUMUS</b> .....  | xii     |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>   |         |
| 1.1 Latar Belakang .....   | 1       |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....                                   | 10      |
| 1.3 Batasan Masalah .....  | 11      |
| 1.4 Rumusan Masalah .....  | 11      |
| 1.5 Tujuan Penelitian .....                                      | 12      |
| 1.6 Manfaat Penelitian .....                                     | 12      |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>                                   |         |
| 2.1 Kajian Teori .....   | 14      |
| 2.1.1 Kualitas Pelayanan .....                                   | 14      |
| 2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....                      | 14      |
| 2.1.1.2 Apek Kualitas Pelayanan .....                            | 15      |
| 2.1.1.3 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan .....           | 16      |
| 2.1.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan .....                       | 18      |
| 2.1.2 Kualitas Produk .....                                      | 19      |
| 2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk .....                         | 19      |
| 2.1.2.2 Dimensi Kualitas Produk .....                            | 20      |
| 2.1.2.3 Tingkatan Produk .....                                   | 22      |
| 2.1.2.4 Indikator Kualitas Produk .....                          | 23      |
| 2.1.3 Citra Merek .....  | 24      |
| 2.1.3.1 Pengertian Citra Merek .....                             | 24      |
| 2.1.3.2 Tingkatan Citra Merek .....                              | 26      |
| 2.1.3.3 Faktor Pembentukan Citra Merek .....                     | 27      |
| 2.1.3.4 Indikator Citra Merek .....                              | 28      |
| 2.1.4 Kepuasan Konsumen .....                                    | 29      |
| 2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....                       | 29      |
| 2.1.4.2 Mengukur Kepuasan Konsumen .....                         | 30      |
| 2.1.4.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....         | 31      |
| 2.1.4.4 Indikator Kepuasan Konsumen .....                        | 33      |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                                   | 34      |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....                                     | 35      |
| 2.3.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen ..... | 35      |

|   |   |    |
|---|---|----|
| 2.3.2   | Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen.....  | 36 |
| 2.3.3   | Hubungan Citra Merek Dengan Kepuasan Konsumen .....   | 36 |
| 2.3.4   | Hubungan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek Dengan<br>Kepuasan Konsumen..... | 37 |
| 2.4   | Hipotesis.....  | 38 |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>              |   |    |
| 3.1   | Jenis Penelitian.....   | 40 |
| 3.2   | Sifat Penelitian .....  | 40 |
| 3.3   | Lokasi dan Periode Penelitian .....   | 41 |
| 3.3.1   | Lokasi Penelitian .....   | 41 |
| 3.3.2   | Periode Penelitian.....   | 41 |
| 3.4   | Populasi dan Sampel .....   | 42 |
| 3.4.1   | Populasi .....  | 42 |
| 3.4.2   | Teknik Penentuan Besar Sampel.....  | 42 |
| 3.4.3   | Teknik <i>Sampling</i> .....  | 43 |
| 3.5   | Sumber Data .....   | 44 |
| 3.6   | Metode Pengumpulan Data .....   | 45 |
| 3.7   | Definisi Operasional Variabel Penelitian.....   | 46 |
| 3.7.1   | Variabel Independen (X).....  | 47 |
| 3.7.2   | Variabel Dependen (Y) .....   | 47 |
| 3.8   | Metode Analisis Data .....  | 48 |
| 3.8.1   | Uji Statistik Deskriptif .....  | 48 |
| 3.8.2   | Uji Kualitas Data.....  | 49 |
| 3.8.2.1                                       | Uji Validitas .....   | 50 |
| 3.8.2.2                                       | Uji Reliabilitas.....   | 50 |
| 3.8.3   | Uji Asumsi Klasik.....  | 51 |
| 3.8.3.1                                       | Uji Normalitas .....  | 52 |
| 3.8.3.2                                       | Uji Multikolinearitas .....   | 52 |
| 3.8.3.3                                       | Uji Heteroskedastisitas.....  | 53 |
| 3.8.4   | Uji Pengaruh.....   | 54 |
| 3.8.4.1                                       | Analisis Regresi Linier Berganda.....   | 54 |
| 3.8.4.2                                       | Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....   | 55 |
| 3.9   | Uji Hipotesis.....  | 56 |
| 3.9.1   | Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....   | 56 |
| 3.9.2   | Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F .....   | 57 |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> |   |    |
| 4.1   | Gambaran Umum Objek Penelitian .....  | 59 |
| 4.2   | Deskripsi Karakteristik Responden.....  | 60 |
| 4.2.1   | Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                        | 60 |
| 4.2.2   | Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                                | 61 |
| 4.2.3   | Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                            | 61 |
| 4.2.4   | Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....                         | 62 |
| 4.3   | Deskripsi Jawaban Responden .....   | 63 |
| 4.3.1   | Analisis Deskriptif.....  | 63 |
| 4.3.2   | Deskriptif Kualitas Pelayanan (X1) .....  | 64 |
| 4.3.3   | Deskriptif Kualitas Produk (X2) .....   | 65 |

|  |  |    |
|--|--|----|
| 4.3.4  | Deskriptif Citra Merek (X3).....   | 67 |
| 4.3.5  | Deskriptif Kepuasan Konsumen (Y) .....   | 68 |
| 4.4  | Analisis Data .....  | 69 |
| 4.4.1  | Uji Kualitas Data .....  | 69 |
| 4.4.1.1  | Uji Validitas .....  | 69 |
| 4.4.1.2  | Uji Reliabilitas.....  | 72 |
| 4.4.2  | Uji Asumsi Klasik .....  | 73 |
| 4.4.2.1  | Uji Normalitas .....   | 73 |
| 4.4.2.2  | Uji Multikolinearitas .....  | 75 |
| 4.4.2.3  | Uji Heteroskedastisitas .....  | 76 |
| 4.4.3  | Uji Pengaruh.....  | 77 |
| 4.4.3.1  | Analisis Regresi Linier Berganda.....  | 77 |
| 4.4.3.2  | Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....   | 78 |
| 4.5  | Pengujian Hipotesis.....   | 79 |
| 4.5.1  | Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....  | 79 |
| 4.5.2  | Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F .....  | 80 |
| 4.6  | Pembahasan.....  | 81 |
| 4.6.1  | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....                                     | 81 |
| 4.6.2  | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....   | 82 |
| 4.6.3  | Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen .....  | 83 |
| 4.6.4  | Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap<br>Kepuasan Konsumen ..... | 84 |
| 4.7  | Implikasi Hasil Penelitian .....   | 84 |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>                |  |    |
| 5.1  | Simpulan.....  | 87 |
| 5.2  | Saran.....   | 88 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                    |  |    |
| <b>Lampiran 1.</b> Pendukung Penelitian        |  |    |
| <b>Lampiran 2.</b> Daftar Riwayat Hidup        |  |    |
| <b>Lampiran 3.</b> Surat Keterangan Penelitian |  |    |

## DAFTAR GAMBAR

|   | Halaman |
|---|---------|
| <b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Pemikiran .....                           | 38      |
| <b>Gambar 4. 1</b> Logo Perusahaan.....                               | 59      |
| <b>Gambar 4. 2</b> Uji Normalitas Dengan Histogram .....              | 73      |
| <b>Gambar 4. 3</b> Uji Normalitas Dengan Diagram Normal P-P Plot..... | 74      |
| <b>Gambar 4. 4</b> Uji Heteroskedastisitas .....                      | 76      |

## DAFTAR TABEL

|  | Halaman |
|--|---------|
| <b>Tabel 1. 1</b> Keluhan Konsumen .....   | 5       |
| <b>Tabel 1. 2</b> Pengembalian Produk Pada Pixy di Matahari Mega Mall Kota Batam | 6       |
| <b>Tabel 1. 3</b> Top Brand For Gen-Z Index 2021-2022 Kategori Bedak Wajah.....  | 8       |
| <b>Tabel 1. 4</b> Jumlah Konsumen Pixy di Matahari Mega Mall Kota Batam .....    | 9       |
| <b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu.....                                      | 34      |
| <b>Tabel 3. 1</b> Periode Penelitian.....  | 41      |
| <b>Tabel 3. 2</b> Pengukuran Skala Likert .....                                  | 46      |
| <b>Tabel 3. 3</b> Operasional Variabel.....                                      | 47      |
| <b>Tabel 4. 1</b> Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....               | 60      |
| <b>Tabel 4. 2</b> Profil Responden Berdasarkan Usia.....                         | 61      |
| <b>Tabel 4. 3</b> Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                   | 61      |
| <b>Tabel 4. 4</b> Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....                  | 62      |
| <b>Tabel 4. 5</b> Rentang Skala.....   | 63      |
| <b>Tabel 4. 6</b> Deskriptif Kualitas Pelayanan .....                            | 64      |
| <b>Tabel 4. 7</b> Deskriptif Kualitas Produk.....                                | 65      |
| <b>Tabel 4. 8</b> Deskriptif Citra Merek .....                                   | 67      |
| <b>Tabel 4. 9</b> Deskriptif Kepuasan Konsumen.....                              | 68      |
| <b>Tabel 4. 10</b> Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1) .....                   | 69      |
| <b>Tabel 4. 11</b> Uji Validitas Kualitas Produk (X2) .....                      | 70      |
| <b>Tabel 4. 12</b> Uji Validitas Promosi (X3).....                               | 71      |
| <b>Tabel 4. 13</b> Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....                      | 71      |
| <b>Tabel 4. 14</b> Uji Reliabilitas.....   | 72      |
| <b>Tabel 4. 15</b> Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....                     | 74      |
| <b>Tabel 4. 16</b> Uji Multikolinearitas .....                                   | 75      |
| <b>Tabel 4. 17</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....                       | 77      |
| <b>Tabel 4. 18</b> Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....       | 78      |
| <b>Tabel 4. 19</b> Hasil Uji t (Parsial).....                                    | 79      |
| <b>Tabel 4. 20</b> Hasil Uji f (Simultan).....                                   | 81      |

## DAFTAR RUMUS

|  | Halaman |
|--|---------|
| <b>Rumus 3. 1</b> Slovin .....                           | 42      |
| <b>Rumus 3. 2</b> Korelasi <i>Product Momen</i> .....    | 50      |
| <b>Rumus 3. 3</b> Spearman.....                          | 51      |
| <b>Rumus 3. 4</b> Analisis Regresi Linier Berganda ..... | 54      |
| <b>Rumus 3. 5</b> Koefisien Determinan .....             | 55      |
| <b>Rumus 3. 6</b> Uji t .....                            | 56      |
| <b>Rumus 3. 7</b> Uji f.....                             | 57      |