

**PENGARUH DESAIN PRODUK, KESADARAN  
MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN SABUN DETTOL DI  
BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Luis Fernando Wang**

**190910046**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FALKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

**PENGARUH DESAIN PRODUK, KESADARAN  
MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN SABUN DETTOL DI  
BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:**

**Luis Fernando Wang**

**190910046**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FALKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini Peneliti :

Nama : Luis Fernando Wang

NPM : 190910046

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang Peneliti buat dengan judul :

### **PENGARUH DESAIN PRODUK, KESADARAN MEREK, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SABUN DETTOL DI 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 tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam nasakah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, peneliti bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang peneliti peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini peneliti buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 14 Januari 2023



**Luis Fernando Wang**  
**190910046**

**PENGARUH DESAIN PRODUK, KESADARAN  
MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN SABUN DETTOL DI  
BATAM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh :**

**Luis Fernando Wang**

**190910046**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 14 Januari 2023**



**Asron Saputra, S.E., M.Si.**

**Pembimbing**



**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain produk, kesadaran merek dan persepsi kualitas terhadap loyalitas konsumen sabun Dettol di Batam. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan konsumen sabun Dettol yang berada di kelurahan baloi indah, Lubuk Baja Kota Batam yang berjumlah 379 responden dan menggunakan metode *one sample Kolmogorov-smirnov*. Dan menggunakan SPSS 26 untuk melakukan analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain produk, kesadaran merek dan persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan persamaan regresi Loyalitas Konsumen :  $4,439 + 0,142$  (Desain Produk)  $+ 0,458$  (Kesadaran Merek)  $+ 0,199$  (Persepsi Kualitas)  $+ e$ . Kontribusi pengaruh desain produk, kesadaran merek dan persepsi kualitas terhadap loyalitas konsumen secara simultan sebesar 55,76% dengan nilai  $F_{hitung}$  yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $158,808 > 2,63$ ) serta nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa desain produk, kesadaran merek dan persepsi kualitas berpengaruh secara simultan dan positif terhadap Loyalitas Konsumen.

**Kata Kunci:** Desain produk, Kesadaran merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Konsumen.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product design, brand awareness and perceived quality on consumer loyalty for Dettol soap in Batam. The sample used in this study were consumers of Dettol soap in the Baloi Indah sub-district, Lubuk Baja, Batam city, totaling 379 respondents and using the one sample Kkolmogrov-Smirnov method. And using SPSS 26 to perform data analysis. and The results of this study indicate that product design, brand awareness and perceived quality have a positive effect on consumer loyalty with the regression equation Consumer Loyalty:  $4.439 + 0.142 (\text{Product Design}) + 0.458 (\text{Brand Awareness}) + 0.199 (\text{Perceived Quality}) + e$ . The contribution of the influence of product design, brand awareness and perceived quality to customer loyalty simultaneously is 55.76% with a Fcount value that is greater than Ftable ( $158.808 > 2.63$ ) and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . So it can be concluded that product design, brand awareness and perceived quality have a simultaneous and positive effect on Consumer Loyalty.*

**Keywords:** *Product design, Brand awareness, Perceived Quality, Consumer Loyalty.*

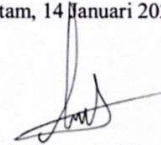
## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala 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 Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
4. Asron Saputra, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis.
6. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada penulis.
7. Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuesioner yang dapat membantu proses penelitian.
8. Teman-teman se-angkatan penulis yang telah membantu dan selalu menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 14 Januari 2023



Luis Fernando Wang





**Universitas Putera Batam**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN</b>	
<b>SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	7
1.5 Tujuan Penelitian .....	7
1.6 Manfaat Penelitian .....	8
1.6.1 Teoritis.....	8
1.6.2 Praktis.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Kajian Teori .....	9
2.1.1 Desain Produk .....	9
2.1.1.1 Pengertian Desain Produk.....	9
2.1.1.2 Strategi Desain Produk .....	10
2.1.1.3 Faktor Tujuan Desain Produk .....	10
2.1.1.4 Indikator Desain Produk .....	10
2.1.2 Kesadaran Merek.....	11
2.1.2.1 Pengertian Merek.....	11

2.1.2.2	Pengertian Kesadaran Merek .....	12
2.1.2.3	Tingkat Kesadaran Merek.....	13
2.1.2.4	Indikator Kesadaran Merek .....	13
2.1.3	Persepsi Kualitas .....	14
2.1.3.1	Pengertian Persepsi Kualitas.....	14
2.1.3.2	Manfaat Persepsi Kualitas .....	15
2.1.3.3	Nilai-nilai Persepsi Kualitas .....	15
2.1.3.4	Indikator Persepsi Kualitas .....	16
2.1.4	Loyalitas Konsumen.....	17
2.1.4.1	Pengertian Loyalitas Konsumen .....	17
2.1.4.2	Karakteristik Loyalitas konsumen .....	17
2.1.4.3	Indikator Loyalitas Konsumen.....	18
2.2	Penelitian Terdahulu .....	18
2.3	Kerangka Pemikiran.....	20
2.3.1	Pengaruh Desain Produk Terhadap Loyalitas Konsumen .....	20
2.3.2	Pengaruh kesadaran merek terhadap loyalitas konsumen .....	20
2.3.4	Pengaruh Desain Produk, Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Konsumen .....	21
2.4	Hipotesis.....	22
	<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1	Jenis Peneltian.....	24
3.2	Sifat Penelitian .....	24
3.3	Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	24
3.3.1	Lokasi Penelitian .....	24
3.3.2	Jadwal Penelitian.....	25
3.4	Populasi dan Sampel .....	25
3.4.1	Populasi .....	25
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel .....	26
3.4.3	Teknik Sampling .....	27
3.5	Sumber Data.....	27
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.7	Operasional Variabel Peneliti .....	29
3.7.1	Variabel <i>Dependent</i> .....	29

3.7.2	Variabel <i>Independent</i> .....	29
3.8	Metode Analisis Data.....	30
3.8.1	Analisis Deskriptif.....	30
3.8.2	Uji Kualitas Data .....	31
3.8.2.1	Uji Validitas.....	31
3.8.2.2	Uji Reliabilitas .....	31
3.8.3	Uji Asumsi Klasik .....	32
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	32
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas.....	32
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	33
3.8.4	Uji Pengaruh.....	33
3.8.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda .....	33
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi .....	34
3.9	Uji Hipotesis.....	34
3.9.1	Uji T.....	34
3.9.2	Uji F.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>36</b>
4.1	Gambaran Umum.....	36
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	36
4.2.1	Data Persentase Jenis Kelamin Responden .....	36
4.2.2	Data Persentase Umur Responden.....	37
4.2.3	Data Persentase Pekerjaan Responden .....	38
4.2.4	Data Persentase Penghasilan Sebulan Responden.....	38
4.2.5	Data Persentase Berapa Lama Responden Menjadi Pengguna Dettol ....	39
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	40
4.3.1	Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Desain Produk.....	40
4.3.2	Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Kesadaran Merek .....	41
4.3.3	Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Persepsi Kualitas.....	43
4.3.4	Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Loyalitas Konsumen .....	44
4.4	Analisis Data .....	45
4.4.1	Hasil Analisis Deskriptif .....	45
4.4.2	Hasil Uji Kualitas .....	46

4.4.2.1	Uji Validitas.....	46
4.4.2.2	Uji Reliabilitas.....	48
4.4.3	Hasil Uji Klasik.....	49
4.4.3.1	Hasil Uji Normalitas.....	49
4.4.3.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
4.4.3.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.4.4	Uji Pengaruh.....	52
4.4.4.1	Uji Regresi Linear Berganda.....	52
4.4.4.2	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	54
4.5	Pengujian Hipotesis.....	55
4.5.1	Uji T.....	55
4.5.2	Uji F.....	57
4.6	Pembahasan.....	58
4.6.1	Pengaruh Desain Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	58
4.6.2	Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	58
4.6.3	Pengaruh Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Konsumen.....	59
4.6.4	Pengaruh Desain Produk, Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Konsumen.....	59
4.7	Implikasi Hasil Penelitian.....	60
	<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>61</b>
5.1	Simpulan.....	61
5.2	Saran.....	61
	<b>DAFTAR PUSATAKA.....</b>	<b>61</b>
	Lampiran 1. Lampiran pendukung penelitian	
	Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
	Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1</b> Tingkatan Kesadaran Merek.....	13
<b>Gambar 2. 2</b> Kerangka Pemikiran .....	22
<b>Gambar 4. 1</b> Histogram Uji Normalitas.....	49
<b>Gambar 4. 2</b> Grafik <i>Normal P-P Plot of Regression Standard</i> Uji Normalitas...	49
<b>Gambar 4. 3</b> Uji Heteroskedastisitas .....	52

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b> Top Brand Index Kategori Sabun Mandi Tahun 2019-2021.....	2
<b>Tabel 1. 2</b> Hasil Mini SurveiKonsumen Sabun Dettol Tahun 2022.....	5
<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu.....	18
<b>Tabel 3. 1</b> Periode Penelitian.....	25
<b>Tabel 3. 2</b> Kategori <i>Skala Likert</i> .....	29
<b>Tabel 3. 3</b> Operisional Variabel.....	29
<b>Tabel 4. 1</b> Indentitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
<b>Tabel 4. 2</b> Indentitas Responden Berdasarkan Umur .....	37
<b>Tabel 4. 3</b> Indentitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
<b>Tabel 4. 4</b> Indentitas responden berdasarkan penghasilan sebulan .....	39
<b>Tabel 4. 5</b> Indentitas responden berdasarkan berapa lama menjadi pengguna dettol .....	39
<b>Tabel 4. 6</b> Hasil Deskripsi Variabel X1.....	40
<b>Tabel 4. 7</b> Hasil Deskripsi Variabel X2.....	42
<b>Tabel 4. 8</b> Hasil Deskripsi Variabel X3.....	43
<b>Tabel 4. 9</b> Hasil Deskripsi Variabel Y.....	44
<b>Tabel 4. 10</b> Hasil Analisis Deskriptif Variabel X1,X2,X3 serta Y1 .....	46
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Uji Validitas Desain Produk (X1).....	46
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji Validitas Kesadaran Merek (X2).....	47
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Validitas Persepsi Kualitas (X3).....	47
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y) .....	48
<b>Tabel 4. 15</b> Hasil Uji Reliabilitas ( X1,X2,X3 dan Y ) .....	48
<b>Tabel 4. 16</b> Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i> .....	50
<b>Tabel 4. 17</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....	51
<b>Tabel 4. 18</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	53
<b>Tabel 4. 19</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2).....	55
<b>Tabel 4. 20</b> Hasil Uji T .....	56
<b>Tabel 4. 21</b> Hasil Uji F .....	57

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3. 1</b> Rumus <i>Isaac dan Michael</i> .....	26
<b>Rumus 3. 2</b> Uji Validitas .....	31
<b>Rumus 3. 3</b> Regresi Linear Berganda.....	33