

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PRODUK MAYBELLINE DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Natania
190910088**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PRODUK MAYBELLINE DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Natania
190910088**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Natania

NPM : 190910088

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Maybelline Di 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, 14 Januari 2023



Natania
190910088

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PRODUK MAYBELLINE DI
KOTA BATAM**

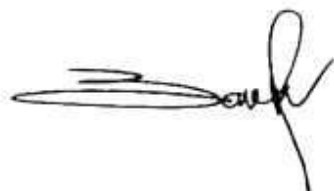
SKRIPSI

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

**Oleh
Natania
190910088**

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

Batam, 14 Januari 2023



**Triana Ananda Rustam, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk, citra merek dan promosi dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada produk Maybelline di Kota Batam. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik kuantitatif. Populasi yang digunakan merupakan pelanggan atau pengguna produk kosmetik maybelline yang belum diketahui pasti jumlahnya. Sampel penelitian digunakan sebanyak 204 responden pada dengan menggunakan rumus jacob cohen. Kuesioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Dengan menggunakan software SPSS, teknik analisis data meliputi uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil regresi linier berganda, kualitas produk (X1) berpengaruh sebesar 23,7% terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada produk Maybelline di Kota Batam, citra merek (X2) berpengaruh sebesar 15,1% terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada produk Maybelline di Kota Batam, promosi (X3) berpengaruh sebesar 24,0% terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada produk Maybelline di Kota Batam. Faktor kualitas produk, citra merek serta promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada produk Maybelline di Kota Batam sebesar 62,5% sesuai dengan data koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan bahwa kualitas produk, citra merek dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada produk Maybelline di Kota Batam.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Promosi.

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out whether product quality, brand image and promotion can affect customer satisfaction with Maybelline products in Batam City. This research was conducted using quantitative techniques. The population used is customers or users of Maybelline cosmetic products whose number is not known with certainty. The research sample used was 204 respondents using the Jacob Cohen formula. Questionnaires are used as data collection techniques. By using SPSS software, data analysis techniques include descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis testing. Based on the results of multiple linear regression, product quality (X1) has an effect of 23.7% on customer satisfaction (Y) on Maybelline products in Batam City, brand image (X2) has an effect of 15.1% on customer satisfaction (Y) on Maybelline products in Batam City, promotions (X3) have an effect of 24.0% on customer satisfaction (Y) on Maybelline products in Batam City. Factors of product quality, brand image and promotion affect customer satisfaction (Y) on Maybelline products in Batam City by 62.5% according to the coefficient of determination data (R²). Based on the results of hypothesis testing, it was found that product quality, brand image and promotion had a positive and significant effect partially or simultaneously on customer satisfaction on Maybelline products in Batam City.

Keywords: *Brand Image, Customer Satisfaction, Product Quality, Promotion.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga 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. Ibu Triana Ananda Rustam, 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 responden pengguna produk kosmetik Maybelline yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu 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 maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi 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, 14 Januari 2023



Natania



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Kualitas Produk	13
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk	13
2.1.1.2 Tingkatan Produk	14
2.1.1.3 Faktor Kualitas Produk	15
2.1.1.4 Indikator Kualitas Produk	17
2.1.2 Citra Merek	18
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek	18
2.1.2.2 Faktor Pembentuk Citra Merek	19
2.1.2.3 Tingkatan Merek	21
2.1.2.4 Indikator Citra Merek	22
2.1.3 Promosi	23
2.1.3.1 Pengertian Promosi	23
2.1.3.2 Alat Promosi	25
2.1.3.3 Tujuan Promosi	26
2.1.3.4 Indikator Promosi	27
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	28
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	28
2.1.4.2 Faktor Kepuasan Pelanggan	29
2.1.4.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	31
2.1.4.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	32
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Pemikiran	35
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	35

2.3.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	35
2.3.3	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	36
2.3.4	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	36
2.4	Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	39
3.2	Sifat Penelitian	39
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	40
3.3.1	Lokasi Penelitian	40
3.3.2	Periode Penelitian.....	40
3.4	Populasi dan Sampel	41
3.4.1	Populasi	41
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	41
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	42
3.5	Sumber Data	43
3.6	Metode Pengumpulan Data	43
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	44
3.7.1	Variabel <i>Independent</i> (X).....	45
3.7.2	Variabel <i>Dependen</i> (Y)	45
3.8	Metode Analisis Data	46
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	47
3.8.2	Uji Kualitas Data	48
3.8.2.1	Uji Validitas	48
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	49
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.8.3.1	Uji Normalitas	50
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	51
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	52
3.8.4	Uji Pengaruh.....	53
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	53
3.9	Uji Hipotesis.....	55
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	55
3.9.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	59
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	61
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	62
4.3.1	Deskriptif Kualitas Produk (X1)	62
4.3.2	Deskriptif Citra Merek (X2).....	63
4.3.3	Deskriptif Promosi (X3).....	64

4.3.4	Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Y).....	65
4.4	Analisis Data	65
4.4.1	Uji Kualitas Data	65
4.4.1.1	Uji Validitas	65
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	68
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	69
4.4.2.1	Uji Normalitas	69
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas	71
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas	72
4.4.3	Uji Pengaruh.....	73
4.4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
4.4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	74
4.5	Pengujian Hipotesis.....	75
4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	75
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	76
4.6	Pembahasan	77
4.6.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	77
4.6.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	78
4.6.3	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	79
4.6.4	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	79
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	82
5.2	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA		
84		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4.1 Logo Maybelline.....	58
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Histogram	69
Gambar 4.3 Uji Normalitas Dengan Grafik <i>Normal P-P Plot</i>	70
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas	72

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Produk Maybelline Yang Masuk <i>Top Brand Award</i>	4
Tabel 1.2 <i>Top Brand Award 2022</i>	5
Tabel 1.3 Perbandingan Promosi Iklan Maybelline dan iklan Wardah.....	6
Tabel 1.4 Produk Kosmetik Yang Sering Digunakan	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	40
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kuesioner	44
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	48
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	61
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	62
Tabel 4.6 Deskriptif Kualitas Produk.....	63
Tabel 4.7 Deskriptif Citra Merek	63
Tabel 4.8 Deskriptif Promosi	64
Tabel 4.9 Deskriptif Kepuasan Pelanggan	65
Tabel 4.10 Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	66
Tabel 4.11 Uji Validitas Citra Merek (X2)	66
Tabel 4.12 Uji Validitas Promosi (X3).....	67
Tabel 4.13 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)	67
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	70
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	73
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	74
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial).....	75
Tabel 4.20 Hasil Uji f (Simultan).....	77

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Jacob Cohen</i>	41
Rumus 3.2 Rentang Skala	47
Rumus 3.3 <i>Person Products Moment</i>	49
Rumus 3.4 <i>Alpha Cronbach</i>	50
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda	53
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	54
Rumus 3.7 Uji t	55
Rumus 3.8 Uji f.....	56