

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN WARDAH DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Michelle Tio
200910018**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN WARDAH DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Michelle Tio
200910018**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Michelle Tio
NPM : 200910018
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WARDAH 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, 18 Januari 2024



Michelle Tio
200910018

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN WARDAH DI KOTA BATAM**

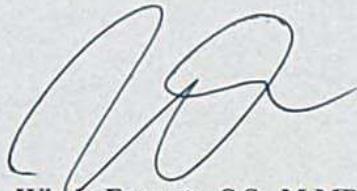
SKRIPSI

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

**Oleh
Michelle Tio
200910018**

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

Batam, 18 Januari 2024



**Winda Evvanto, S.S., M.MPd.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud untuk dapat mengkaji pengaruh dari kualitas produk, kepercayaan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Wardah di Kota Batam. Populasi yang digunakan merupakan pengguna yang pernah menggunakan produk Wardah, namun jumlahnya tidak pasti. Sehingga jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus *lemeshow* dengan jumlah perhitungan sebesar 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan analisis data menggunakan uji kualitas data, seperti uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik termasuk uji normalitas, uji multikolinieritas, serta uji heteroskedastisitas. Uji pengaruh melibatkan analisis regresi linier berganda dan analisis koefisien determinan, sementara uji hipotesis melibatkan uji t dan uji f. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa kualitas produk, kepercayaan dan citra merek secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan, dengan variabel kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 18,1% terhadap kepuasan pelanggan. Kepercayaan memiliki pengaruh sebesar 35,5% terhadap kepuasan pelanggan. Citra merek memiliki pengaruh sebesar 58,2% terhadap kepuasan pelanggan. Temuan dalam pengujian koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kualitas produk, kepercayaan dan citra merek bersama-sama menunjukkan sebanyak 67,2% variasi dalam kepuasan pelanggan. Selain itu, pengujian menggunakan uji t dan uji F menunjukkan bahwa kualitas produk, kepercayaan dan citra merek secara individu dan keseluruhan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Wardah di Kota Batam.

Kata kunci: Citra Merek; Kepercayaan; Kepuasan Pelanggan; Kualitas Produk

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of product quality, trust and brand image on Wardah customer satisfaction in Batam City. The population used is users who have used Wardah products, but the number is uncertain. So this type of research is quantitative research with a sampling technique using the Lemeshow formula with a total calculation of 100 respondents. This research uses a purposive sampling method. Data collection was carried out through distributing questionnaires and data analysis using data quality tests, such as validity tests, reliability tests, and classical assumption tests including normality tests, multicollinearity tests, and heteroscedasticity tests. The influence test uses multiple linear regression analysis and determinant coefficient analysis, while the hypothesis test uses the t test and f test. The results of multiple linear regression analysis show that product quality, trust and brand image significantly influence customer satisfaction, with the product quality variable having an influence of 18.1% on customer satisfaction. Trust has an influence of 35.5% on customer satisfaction. Brand image has an influence of 58.2% on customer satisfaction. Findings in testing the coefficient of determination (R^2) show that product quality, trust and brand image together account for 67.2% of the variation in customer satisfaction. Apart from that, testing using the t test and F test shows that product quality, trust and brand image individually and as a whole have a positive and significant influence on Wardah customer satisfaction in Batam City.

Keywords: *Brand Image; Customer Satisfaction; Product Quality; Trust*

KATA PENGANTAR

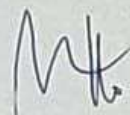
Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud 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;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Winda Evyanto, S.S., M.MPd. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Seluruh Dosen dan Staff Univeristas Putera Batam yang selama ini turut dalam membantu memberikan masukan dan pengetahuan kepada penulis;
6. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan doa, kasih sayang, nasehat dan dukungan penuh;
7. Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuesioner yang dapat membantu proses penelitian;
8. Teman-teman se-angkatan yang selalu membantu dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai;
9. Pihak-pihak lain yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini, yang tidak dapat disebut satu persatu.

Semoga Tuhan melimpahkan berkat dan anugerah-Nya kepada semua orang yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Batam, 18 Januari 2024



Michelle Tio



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	12
1.6.1 Manfaat Teoritis	12
1.6.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	14
2.1.1 Kualitas Produk.....	14
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.1.1.2 Tingkatan Kualitas Produk.....	15
2.1.1.3 Klasifikasi Kualitas Produk	16
2.1.1.4 Indikator Kualitas Produk	17
2.1.2 Kepercayaan.....	18
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan.....	18
2.1.2.2 Dimensi Kepercayaan	19
2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	20
2.1.2.4 Indikator Kepercayaan	20

2.1.3 Citra Merek	21
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek	21
2.1.3.2 Unsur Citra Merek.....	23
2.1.3.3 Komponen Citra Merek.....	25
2.1.3.4 Indikator Citra Merek.....	25
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	25
2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	25
2.1.4.2 Aspek-Aspek Kepuasan Pelanggan.....	26
2.1.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	27
2.1.4.4 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	38
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	38
2.3.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	38
2.3.4 Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	39
2.4 Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.2 Sifat Penelitian	41
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	42
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	42
3.3.2 Periode Penelitian	42
3.4 Populasi dan Sampel	43
3.4.1 Populasi.....	43
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	43
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	44
3.5 Sumber Data.....	45
3.6 Metode Pengumpulan Data	46
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	47
3.7.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)	47
3.7.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	48
3.8 Metode Analisis Data.....	49

3.8.1 Uji Statistik Deskriptif	49
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	51
3.8.2.1 Uji Validitas	51
3.8.2.2 Uji Reliabilitas	53
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	54
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	56
3.8.4 Uji Pengaruh	57
3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	58
3.9 Uji Hipotesis	58
3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	59
3.9.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.1.1 Sejarah Objek Penelitian	62
4.1.2 Visi dan Misi Objek Penelitian	62
4.1.3 Logo Objek Penelitian	63
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	63
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Produk	67
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	67
4.3.1 Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_1).....	68
4.3.2 Analisis Deskripsi Variabel Kepercayaan (X_2).....	70
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X_3)	71
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	73
4.4 Analisis Data	75
4.4.1 Uji Kualitas Data.....	75
4.4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	75
4.4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	78
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	79

4.4.2.1 Hasil Uji Normalitas	79
4.4.2.2 Hasil Uji Multikolinearits	81
4.4.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
4.4.3 Uji Pengaruh	83
4.4.3.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	83
4.4.3.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	85
4.5 Uji Hipotesis	86
4.5.1 Hasil Uji t	86
4.5.2 Hasil Uji F	87
4.6 Pembahasan.....	87
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	87
4.6.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	88
4.6.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	88
4.6.4 Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	89
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	89
4.7.1 Implikasi Teoritis	89
4.7.2 Implikasi Praktis	90
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	91
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Keluhan konsumen terkait produk <i>sunscreen</i> Wardah	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	40
Gambar 4.1 Logo Wardah	63
Gambar 4.2 Diagram Histogram	79
Gambar 4.3 Diagram <i>Normal P-Plot of Regression Standardized Residual</i>	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Review <i>Sunscreen</i> Wardah dari YouTube dan Tiktok oleh para <i>beauty vlogger</i>	4
Tabel 1.2 <i>Top Brand Award</i> 2023 Produk <i>Sunscreen</i>	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	42
Tabel 3.2 Kategori Skala <i>Likert</i>	47
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	48
Tabel 3.4 Rentang Skala.....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	65
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Produk	67
Tabel 4.6 Skor Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X_1).....	68
Tabel 4.7 Skor Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan (X_2).....	70
Tabel 4.8 Skor Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X_3)	72
Tabel 4.9 Skor Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X_2)	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_3).....	77
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	78
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	82
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	83
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	84
Tabel 4.19 Hasil Uji <i>R Square</i>	85
Tabel 4.20 Hasil Uji t	86
Tabel 4.21 Hasil Uji F	87

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus <i>Lemeshow</i>	44
Rumus 3.2 Rentang Skala	50
Rumus 3.3 Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	52
Rumus 3.4 Metode <i>Cronbach's alpha</i>	53
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda.....	57
Rumus 3.6 Uji t	59
Rumus 3.7 Uji F	60