

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEWAJARAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN**

(Studi pada Pelanggan Kosmetik NIVEA di D.I Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRICE FAIRNESS
ON CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY***

(Study on Customer of NIVEA Cosmetics in D.I Yogyakarta)



Oleh

SALSABILA NURLITA ANANDA SUMARTA

20200410039

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Salsabila Nurlita Ananda Sumarta

Nomor Mahasiswa : 20200410039

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH CITRA MEREK DAN KEWAJARAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Pelanggan Kosmetik NIVEA)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 24 Oktober 2023



Salsabila Nurlita Ananda Sumarta

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam karena telah terselesaikanya Skripsi ini. Penulis ucapkan terimakasih kepada :

1. Ayah dan ibu yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun material serta do'a yang tiada henti untuk penulis.
2. Keluarga tercinta yang telah meberikan do'a semangat dan kasih sayang yang tiada batasnya kepada penulis.
3. Teman-teman dan sahabat penulis yang telah memberikan semangat, masukan dan arahan kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
4. Semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dan arahan kepada penulis.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kewajaran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik NIVEA dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel mediasi”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Rizal Yaya S.E. M.Sc. Ph.D. Ak CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., MSi. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

3. Ibu Hasnah Rimiati, SE.,M.Si., selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang dengan penuh ketabahan untuk memberikan saran dan ajaran selama proses pengerjaan karya tulis ini.
4. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 24 Oktober 2023



Salsabila Nurlita Ananda Sumarta

DAFTAR ISI

PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Landasan Teori	5
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Penurunan Hipotesis	32
D. Model Penelitian	40
BAB III	42
METODE PENELITIAN	42
A. Objek dan Subjek	42
B. Jenis Data	42
C. Teknik Pengambilan Sampel	42
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	45
F. Uji Kualitas Instrumen	47

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	48
BAB IV	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	54
B. Uji Kualitas Instrumen	60
C. Hasil Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	66
E. Pembahasan.....	80
BAB V	85
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	85
A. Simpulan	85
B. Keterbatasan Penelitian.....	86
C. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	40
Gambar 4. 1 Diagram Jalur SEM.....	67
Gambar 4. 2 Model Struktural	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 data TOP Brand	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 2. 5 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 2. 6 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 2. 7 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 2. 8 Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	44
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	56
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili.....	57
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
Tabel 4. 5 Karakteristik responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan Perbulan	59
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden berdasar kan Pembelian dalam Kurun Waktu 6 Bulan Terakhir.....	60
Tabel 4. 8 Uji Validitas.....	61
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas	62
Tabel 4. 10 Kategori Penilaian.....	64
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Citra merek	64
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Kewajaran Harga	65
Tabel 4. 13 Statistik Diskriptif Kepuasan Pelanggan.....	65
Tabel 4. 14 Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan.....	66
Tabel 4. 15 Uji Normalitas.....	69
Tabel 4. 16 Bollen Stine Bootstrap	71
Tabel 4. 17 Outliers Multivariate.....	72
Tabel 4. 18 Degree Of Freedom.....	73
Tabel 4.19 Goodness Of Fit	74
Tabel 4.20 Hubungan Antar Variabel	75
Tabel 4. 21 Satandarized Direct Effect	78
Tabel 4. 22 Standarize Indirect Effect	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	90
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	95
Lampiran 3 Skrining Responden.....	108
Lampiran 4 Uji Validitas	118
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	119
Lampiran 6 Uji Statistik Deskriptif.....	120
Lampiran 7 Uji Normalitas	121
Lampiran 8 Uji Bootstrap	122
Lampiran 9 Uji Outliers	123
Lampiran 10 Degree of Freedom	126
Lampiran 11 Goodness of Fit	127
Lampiran 12 Uji Hipotesis.....	128
Lampiran 13 Gambar Diagram Jalur dan Model Struktural	131
Lampiran 14 Turnitin	132