

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEWAJARAN HARGA TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI  
VARIABEL *INTERVENING***

**(Studi pada Konsumen Skincare Skintific di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRICE FAIRNESS ON  
CONSUMER LOYALTY THROUGH CONSUMER SATISFACTION AS AN  
INTERVENING VARIABEL***

***(Study on Consumer Skincare Skintific in the Special Region Yogyakarta)***



Disusun Oleh

Maulina Mutia Rakhmah  
20200410304

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

**2023**

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEWAJARAN HARGA TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI  
VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi pada Konsumen Skincare Skintific di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRICE FAIRNESS ON  
CONSUMER LOYALTY THROUGH CONSUMER SATISFACTION AS AN  
INTERVENING VARIABEL  
(Study on Consumer Skincare Skintific in the Special Region Yogyakarta)***

**SKRIPSI**

Diajukan guna memenuhi persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana pada  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

Maulina Mutia Rakhmah  
20200410304

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

**2023**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Maulina Mutia Rakhmah

Nomor Mahasiswa : 20200410304

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH CITRA MEREK DAN KEWAJARAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Skincare Skintific Di Daerah Istimewa Yogyakarta)”** tidak pernah ada karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya disuatu 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,



METERAI  
TEMPEL  
5000  
DBALX042997927  
Maulina Mutia Rakhmah

## **MOTTO**

“Dan aku menyerahkan urusanku kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Melihat akan hamba-hamba-nya.”

(QS. Ghafir: 44)

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar.”

(QS. Ar Rum:60)

“Allah tidak membebani setiap hamba-Nya melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Segala puji syukur atas segala karunia yang Allah SWT telah memberikan kemudahan serta kelancaran dalam proses menyelesaikan tugas akhir ini. Tugas akhir ini penulis persembahkan untuk:

Ayah dan Ibu tercinta,

penulis ingin mengucapkan terimakasih atas doa dan dukungannya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT karena telah memberikan kemudahan, kesehatan, karunia dan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kewajaran Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Skincare Skintific Di Daerah Istimewa Yogyakarta)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Sahabat seperjuangan saya Nevy Putri Ramadhani dan Tsaabita Yasmiin Ulayya yang telah setia menjadi tempat berbagi cerita dan pengalaman.

5. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah mendukung serta membantu memberikan kritik dan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan skripsi, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang.

Yogyakarta, 15 Januari 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters that appear to read 'Maulina Mutia Rakhmah'. The signature is written over a horizontal line.

Maulina Mutia Rakhmah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
B. Penelitian Terdahulu .....	11
C. Pengembangan Hipotesis .....	17
D. Model Penelitian .....	21
BAB III METODE PENELITIAN .....	23
A. Objek dan Subjek Penelitian .....	23
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	23
C. Jenis Data .....	24
D. Teknik Pengumpulan Data.....	24



E.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	25
F.	Uji Kualitas Instrumen (Uji Kuesioner).....	28
G.	Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>36</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	36
B.	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	37
C.	Hasil Uji Kualitas Instrumen.....	42
D.	Hasil Penelitian .....	48
E.	Pengujian Hipotesis.....	56
F.	Pembahasan.....	61
<b>BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....</b>		<b>68</b>
A.	Simpulan .....	68
B.	Keterbatasan Penelitian.....	69
C.	Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3. 1 Variabel Eksogen .....	26
Tabel 3. 2 Variabel <i>Intervening</i> .....	27
Tabel 3. 3 Variabel Endogen.....	27
Tabel 3. 4 Kategori Skor .....	30
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Tabel 4. 2 karakteristik Responden Berdasarkan usia .....	38
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	39
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	40
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	40
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	41
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	42
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek .....	44
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Kewajaran Harga .....	45
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen .....	46
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen .....	47
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas .....	51
Tabel 4. 15 Nilai Batas <i>Mahalonobis Distance</i> .....	52
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian <i>Outliers</i> .....	53
Tabel 4. 17 Hasil <i>Degress of Freedom</i> .....	54
Tabel 4. 18 Menilai <i>Goodness of Fit</i> .....	54
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung .....	56
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top Brand Perawatan Wajah Terlaris di <i>E-Commerce</i> 2022.....	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	22
Gambar 4. 1 Diagram Alur.....	49
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	50