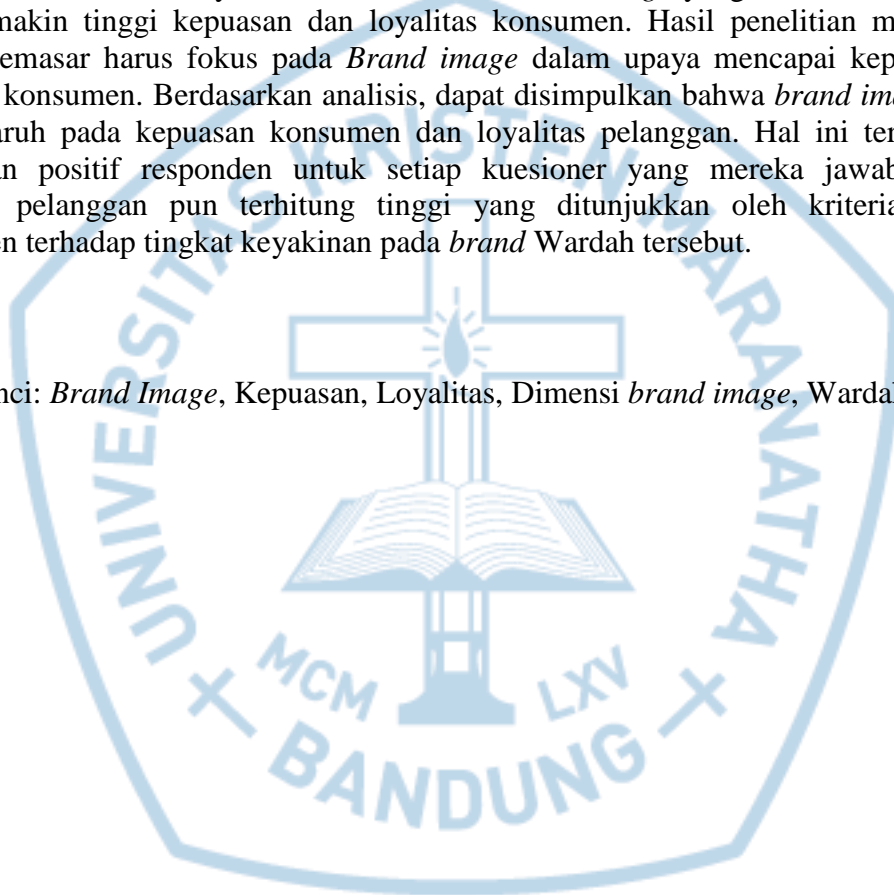


ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *Brand image* terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen pada produk Lipstrik Wardah. Lima benefits sebagai dimensi *brand image*, yang terdiri dari fungsional, sosial, simbolik, pengalaman dan meningkatkan penampilan. Sebuah survei dilakukan pada mahasiswi Universitas Kristen Maranatha yang pernah menggunakan Lipstik Wardah, dengan ukuran sampel 250 responden wanita. Teknik analisis data menerapkan regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen dan *brand image* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, artinya semakin dirasakan *brand image* yang dirasakan konsumen, akan semakin tinggi kepuasan dan loyalitas konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasar harus fokus pada *Brand image* dalam upaya mencapai kepuasan dan loyalitas konsumen. Berdasarkan analisis, dapat disimpulkan bahwa *brand image* sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Hal ini terlihat pada tanggapan positif responden untuk setiap kuesioner yang mereka jawab. Tingkat loyalitas pelanggan pun terhitung tinggi yang ditunjukkan oleh kriteria jawaban responden terhadap tingkat keyakinan pada *brand* Wardah tersebut.

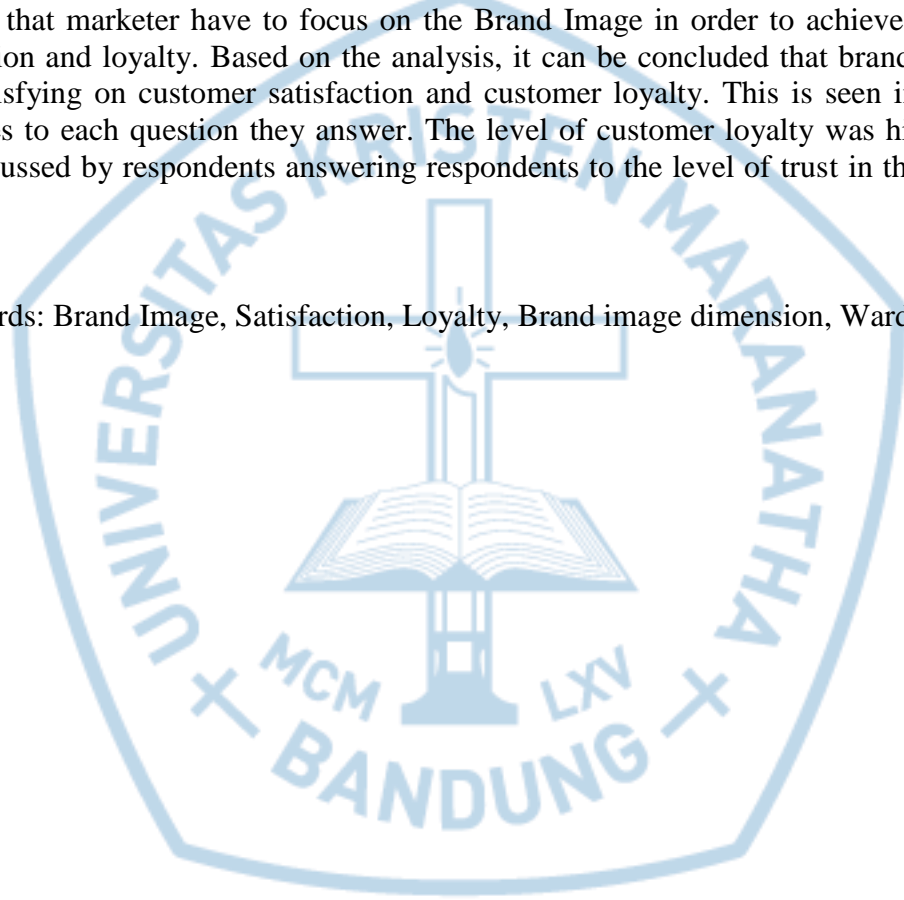
Kata Kunci: *Brand Image*, Kepuasan, Loyalitas, Dimensi *brand image*, Wardah.



ABSTRACT

The aim of this study was to examine the influence of Brand Image toward the customer satisfaction and loyalty on Wardah Lipstick product. There are five benefits as brand image, which are functional, social, symbolic, experiential, and improving appearance. A survey was conducted on female students of Universitas Kristen Maranatha who used Wardah Lipstick and the sample size was 250 female respondents. The applied data analysis technique was simple regression. The result of this study showed that Brand Image had significant positive impact toward customer satisfaction. It also has significant positive impact toward customer loyalty. It means the higher brand image that the customer feels, the higher customer loyalty and satisfaction will be. The result showed, that marketer have to focus on the Brand Image in order to achieve customer satisfaction and loyalty. Based on the analysis, it can be concluded that brand image is very satisfying on customer satisfaction and customer loyalty. This is seen in positive responses to each question they answer. The level of customer loyalty was high which was discussed by respondents answering respondents to the level of trust in the Wardah brand.

Key Words: Brand Image, Satisfaction, Loyalty, Brand image dimension, Wardah.

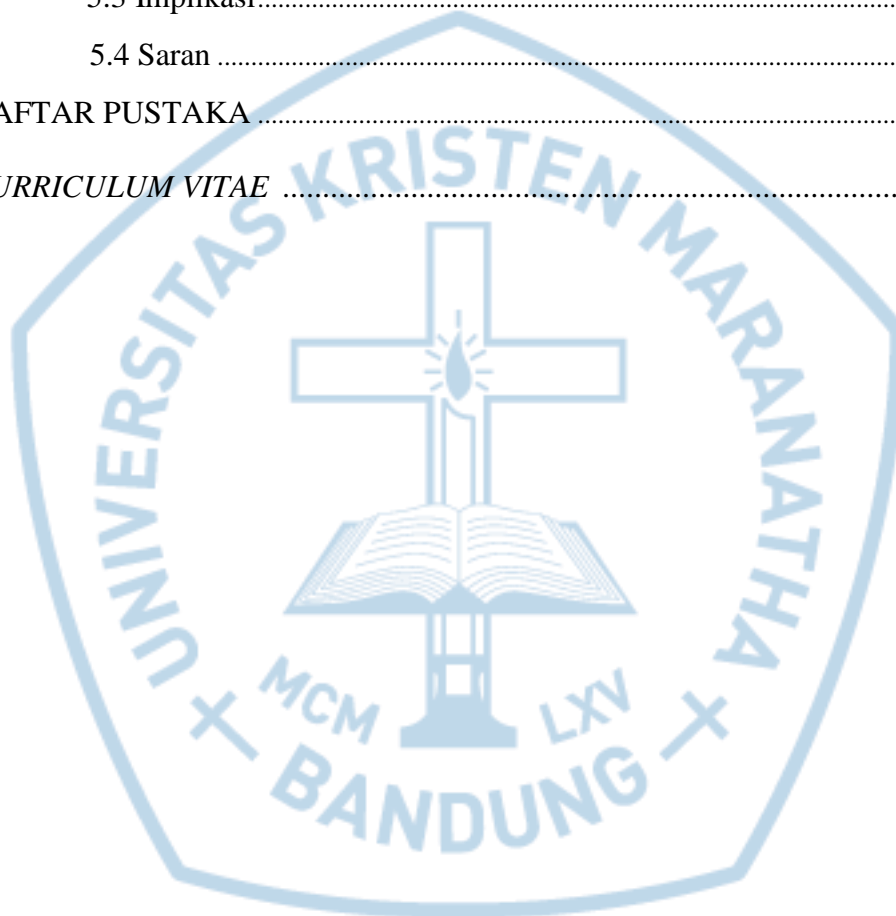


DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS SKRIPSI..... | iv |
| SURAT KETERANGAN | v |
| PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN..... | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| ABSRAK | ix |
| <i>ABSTRACT</i> | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GRAFIK..... | xvii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.4 Manfaat penelitian..... | 5 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 7 |
| 2.1 Manajemen Pemasaran | 7 |
| 2.1.1 Bauran Pemasaran..... | 8 |
| 2.1.2 Pengertian Produk | 10 |
| 2.1.3 Pengertian <i>Brand</i> | 11 |
| 2.1.4 Brand Image..... | 13 |

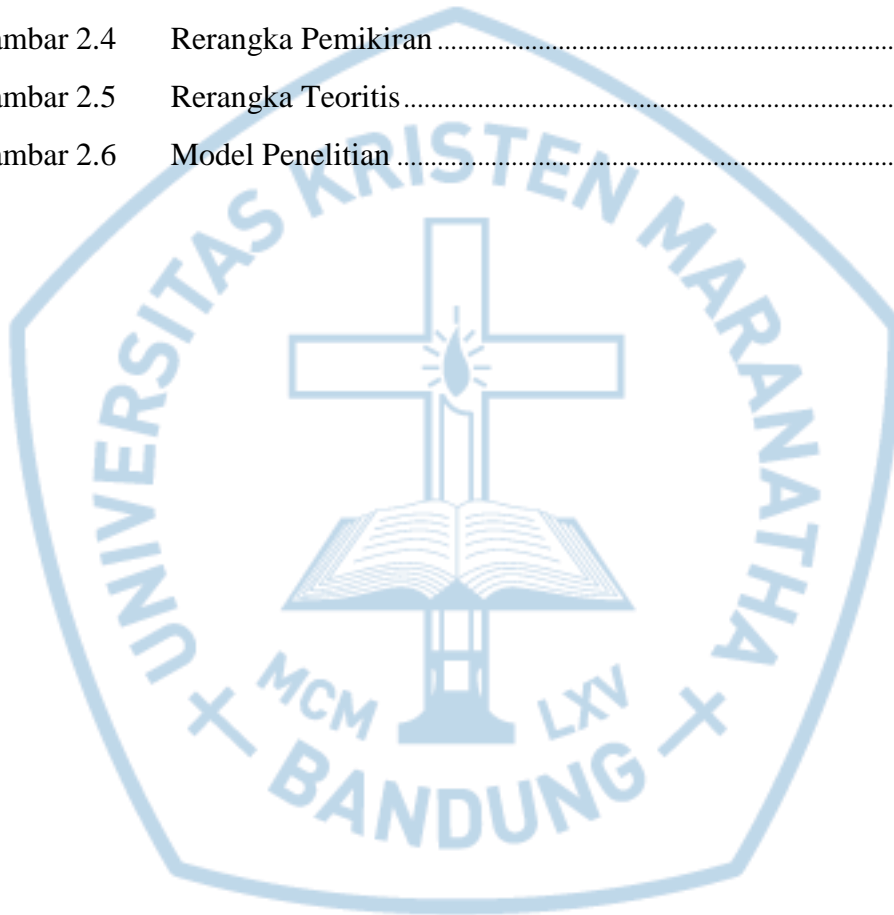
| | |
|---|-----------|
| 2.1.4.1 Dimensi Brand Image | 15 |
| 2.2 Perilaku Konsumen..... | 18 |
| 2.3 Proses Keputusan Pembelian | 19 |
| 2.4 Kepuasan Konsumen..... | 22 |
| 2.5 Loyalitas pelanggan | 25 |
| 2.6 Riset Empiris | 28 |
| 2.7 Rerangka Pemikiran | 37 |
| 2.8 Model dan Hipotesis Penelitian | 41 |
| | |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 43 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 43 |
| 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian..... | 43 |
| 3.2.1 Teknik Pengambilan Sampel..... | 44 |
| 3.3 Definisi Operasional Variabel..... | 45 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 49 |
| 3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 50 |
| 3.6 Uji Asumsi Klasik | 51 |
| 3.7 Uji Hipotesis..... | 52 |
| 3.7.1 Regresi Linear Sederhana..... | 52 |
| | |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 54 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 54 |
| 4.1.1 Profil Responden..... | 54 |
| 4.1.2 Pembahasan Hasil Kuesioner per Item Pertanyaan | 56 |
| 4.1.3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas..... | 79 |
| 4.1.4 Uji Instrumen (Normalitas dan Heteroskedastisitas)..... | 86 |
| 4.1.5 Hasil Uji Hipotesis | 89 |

| | |
|---|-----|
| 4.2 Pembahasan..... | 95 |
| 4.2.1 Pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen | 95 |
| 4.2.2 pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen..... | 95 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 98 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 98 |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian..... | 99 |
| 5.3 Implikasi..... | 99 |
| 5.4 Saran | 100 |
| DAFTAR PUSTAKA | 101 |
| <i>CURRICULUM VITAE</i> | 104 |



DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 1.1 Tahap Keputusan Pembelian | 3 |
| Gambar 2.1 Marketing Mix | 9 |
| Gambar 2.2 Tahap-tahap dalam Proses Pengambilan Keputusan | 20 |
| Gambar 2.3 Model Konsumen Mengambil Keputusan | 22 |
| Gambar 2.4 Rerangka Pemikiran | 39 |
| Gambar 2.5 Rerangka Teoritis | 40 |
| Gambar 2.6 Model Penelitian | 41 |



DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--------------|--|
| Tabel 2.1 | Penelitian Sebelumnya29 |
| Tabel 3.1 | Definisi Operasional Variabel46 |
| Tabel 3.2 | Skor Skala Likert.....50 |
| Tabel 4.1.1 | Karakteristik Berdasarkan Pernah menggunakan.....54 |
| Tabel 4.1.2 | Karakteristik Berdasarkan pendapatan Rata-rata55 |
| Tabel 4.1.3 | karakteristik Berdasarkan Usia55 |
| Tabel 4.1.4 | Frekuensi pertanyaan Nomor 1.....56 |
| Tabel 4.1.5 | Frekuensi pertanyaan Nomor 2.....57 |
| Tabel 4.1.6 | Frekuensi pertanyaan Nomor 3.....58 |
| Tabel 4.1.7 | Frekuensi pertanyaan Nomor 4.....59 |
| Tabel 4.1.8 | Frekuensi pertanyaan Nomor 5.....60 |
| Tabel 4.1.9 | Frekuensi pertanyaan Nomor 6.....61 |
| Tabel 4.1.10 | Frekuensi pertanyaan Nomor 7.....62 |
| Tabel 4.1.11 | Frekuensi pertanyaan Nomor 8.....63 |
| Tabel 4.1.12 | Frekuensi pertanyaan Nomor 9.....64 |
| Tabel 4.1.13 | Frekuensi pertanyaan Nomor 10.....65 |
| Tabel 4.1.14 | Frekuensi pertanyaan Nomor 11.....66 |
| Tabel 4.1.15 | Frekuensi pertanyaan Nomor 12.....67 |
| Tabel 4.1.16 | Frekuensi pertanyaan Nomor 13.....68 |
| Tabel 4.1.17 | Frekuensi pertanyaan Nomor 14.....69 |
| Tabel 4.1.18 | Frekuensi pertanyaan Nomor 15.....70 |
| Tabel 4.1.19 | Frekuensi pertanyaan Nomor 16.....71 |
| Tabel 4.1.20 | Frekuensi pertanyaan Nomor 17.....72 |
| Tabel 4.1.21 | Frekuensi pertanyaan Nomor 18.....73 |
| Tabel 4.1.22 | Frekuensi pertanyaan Nomor 19.....74 |
| Tabel 4.1.23 | Frekuensi pertanyaan Nomor 20.....75 |
| Tabel 4.1.24 | Frekuensi pertanyaan Nomor 21.....76 |

| | | |
|--------------|---|----|
| Tabel 4.1.25 | Frekuensi pertanyaan Nomor 22..... | 77 |
| Tabel 4.1.26 | Frekuensi pertanyaan Nomor 23..... | 78 |
| Tabel 4.1.27 | Frekuensi pertanyaan Nomor 24..... | 79 |
| Tabel 4.1.28 | KMO dan Bartlett's Test..... | 80 |
| Tabel 4.1.29 | Hasil Uji Validitas | 81 |
| Tabel 4.1.30 | KMO dan Bartlett's Test..... | 82 |
| Tabel 4.1.31 | Hasil Uji Validitas | 82 |
| Tabel 4.1.32 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Image | 83 |
| Tabel 4.1.33 | Item-Total Statistics | 84 |
| Tabel 4.1.34 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan | 84 |
| Tabel 4.1.35 | Item-Total Statistics | 85 |
| Tabel 4.1.36 | Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas | 85 |
| Tabel 4.1.37 | Item-Total Statistics | 86 |
| Tabel 4.1.38 | Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 89 |
| Tabel 4.1.39 | Hasil Persamaan Regresi Sederhana Variabel Kepuasan.. | 90 |
| Tabel 4.1.40 | Hasil Pengujian Hipotesis..... | 91 |
| Tabel 4.1.41 | Hasil Koefisien Determinasi R Square..... | 91 |
| Tabel 4.1.42 | Hasil Persamaan Regresi Sederhana Variabel Loyalitas .. | 92 |
| Tabel 4.1.43 | Hasil Pengujian Hipotesis..... | 93 |
| Tabel 4.1.44 | Hasil Koefisien Determinasi R Square | 94 |

DAFTAR GRAFIK

| | Halaman |
|--|---------|
| Grafik 4.1 Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual (Variabel Kepuasan) | 87 |
| Grafik 4.2 Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual (Variabel Loyalitas) | 88 |

