



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI CITRA MEREK
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN AL
ZENA SKINCARE KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh

Sela Kurniah

NIM : 201911412

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2023



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI CITRA MEREK
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN AL
ZENA SKINCARE KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
jenjang pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh:

SELA KURNIAH

201911412

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**


**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI CITRA MEREK
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN AL
ZENA SKINCARE KUDUS)**

Nama : Sela Kurniah
NIM : 201911412
Program Studi : Manajemen

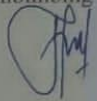
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2023

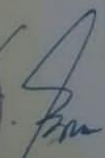

Mengetahui,
Ketua Program Studi


(Noor Indah Rahmawati, SE, MM)
NIDN. 0024037701

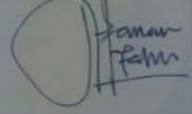
Pembimbing I


(Dina Lusianti, SE, MM, AAK)
NIDN. 0630098401

Mengetahui,
Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, SE, MM)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Keke Tamara Fahira, SE, MM)
NIDN. 0630109701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah : 286).

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah : 5)

Persembahan :

1. Kedua orang tua dan kakak yang telah mendoakan dan memberikan dukungan moral dan materi
2. Teman – teman yang telah membantu dan memberikan semangat
3. Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan taufik dan hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Al Zena Skincare Kudus)"**. Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi syarat akademi untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, pengarahan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir, Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dr. Kertati Sumekar, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Noor Indah Rahmawati, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Ibu Dina Lusianti, SE., MM., AAK, selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah bersedia untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan, motivasi serta dukungan selama proses penyelesaian penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Keke Tamara Fahira, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh jajaran dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama perkuliahan sampai saat ini.
7. Bapak dan Ibu tercinta dan juga kakak serta keluarga yang telah memberikan dukungan baik materi maupun moril kepada penulis.
8. Teman-teman dan juga sahabat yang selama ini selalu memberi dukungan disaat susah maupun senang, terima kasih kalian semua.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dan besar harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh sebab itu penulis mengharapkan krtitik dan saran yang dapat membangun dari berbagai pihak untuk penyempurnaan dalam penyusunan skripsi ini.

Kudus, 2023

Penulis

Sela Kurniah

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI CITRA MEREK
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN AL
ZENA SKINCARE KUDUS)**

SELA KURNIAH
NIM. 201911412

Pembimbing: 1. Dina Lusianti, SE., MM., AAK
2. Keke Tamara Fahira, SE., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan melalui citra merek sebagai variabel intervening (studi pada konsumen Al Zena Skincare Kudus). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan produk Al Zena Skincare Cabang Kudus. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pengambilan sampel. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 138 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan SEM (*Structural Equation Model*) yang dioperasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi penjualan dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek sedangkan promosi penjualan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra merek bisa menjadi variabel mediasi hubungan antara promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan tetapi memiliki peran yang lemah. Citra merek bisa menjadi variabel mediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan

**THE EFFECT OF SALES PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON
CUSTOMER SATISFACTION THROUGH BRAND IMAGE AS AN
INTERVENING VARIABLE (STUDY ON AL ZENA SKINCARE KUDUS
CONSUMERS)**

SELA KURNIAH
NIM. 201911412

Preceptor : 1. Dina Lusianti, SE., MM., AAK
2. Keke Tamara Fahira, SE., MM

MURIA KUDUS UNIVERSITY
**STUDY PROGRAM MANAGEMENT FACULTY OF ECONOMICS
AND BUSINESS**

ABSTRACTION

This study aims to analyze the effect of sales promotion and service quality on customer satisfaction through brand image as an intervention variable (studies on consumers of Al Zena Skincare Kudus). This research uses quantitative methods. The population in this study are all consumers who use Al Zena Skincare products, Kudus Branch. This study used a purposive sampling technique in sampling. The sample in this study were 138 respondents. Data analysis in this study used SEM (Structural Equation Model) which was operated through the AMOS program. The results of this study indicate that sales promotion and service quality have a positive and significant effect on brand image while sales promotion has a positive but not significant effect on customer satisfaction. Service quality and brand image have a positive and significant effect on customer satisfaction. Brand image can be a variable mediating the relationship between sales promotion and customer satisfaction but has a weak role. Brand image can be a variable mediating the relationship between service quality and customer satisfaction.

Keywords: Sales Promotion, Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACTION	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Ruang Lingkup	10
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Kepuasan Pelanggan.....	14
2.2 Citra Merek.....	19
2.3 Promosi Penjualan.....	23
2.4 Kualitas Layanan	26
2.5 Pengaruh Antar Variabel	29
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu	34
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
2.8 Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Rancangan Penelitian	41
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
3.3 Jenis dan Sumber Data	44

3.4	Populasi dan Sampel.....	46
3.5	Pengumpulan Data.....	47
3.6	Pengolahan Data.....	48
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
3.8	Analisis Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		63
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	63
4.2	Deskripsi Responden.....	64
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	67
4.4	Uji Instrumen.....	70
4.5	Analisis Data	73
4.6	Pembahasan	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		97
5.1	Kesimpulan.....	97
5.2	Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA		100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Klinik Kecantikan/Perawatan Kulit	2
Tabel 1.2	Data Penjualan di Klinik Al Zena Skincare Kudus Periode Januari-Desember 2022.....	5
Tabel 1.3	Data Keluhan Pelanggan Al Zena Skincare	6
Tabel 1.4	Data Promosi Penjualan Al Zena Skincare	7
Tabel 3.1	Bobot Nilai Kuesioner Skala Likert	48
Tabel 3.2	Indeks Pengujian Kelayakan Structural Equation Modeling (SEM)	61
Tabel 4.1	Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2	Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3	Pengelompokan Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	66
Tabel 4.4	Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
Tabel 4.5	Pengelompokan Responden Berdasarkan Pembelian	67
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel Promosi Penjualan.....	68
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan.....	68
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	69
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	70
Tabel 4.10	Uji Validitas	71
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 4.12	Uji Model <i>Goodness of fit</i> Variabel Eksogen Tahap 1.....	74
Tabel 4.13	<i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen Tahap 1.....	75
Tabel 4.14	Uji Model <i>Goodness of fit</i> Variabel Eksogen Tahap 2.....	76
Tabel 4.15	Uji Model <i>Goodness of fit</i> Variabel Endogen Tahap 1	78
Tabel 4.16	Uji Model <i>Goodness of fit</i> Analisis Full Model Tahap 1	79
Tabel 4.17	Uji Model <i>Goodness of fit</i> Analisis Full Model Tahap 2	81
Tabel 4.18	Assessment of normality (Group number 1).....	82
Tabel 4.19	Uji <i>Outliers</i>	83
Tabel 4.20	Regression Weights: (Group number 1 - Default model)	84
Tabel 4.21	Hasil Estimasi <i>Direct Effect</i> Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)	86
Tabel 4.22	Hasil Estimasi <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i>	87
Tabel 4.23	Koefisien Determinasi (<i>Squared Multiple Correlations</i>).....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Data Pengunjung Al Zena Skincare Kudus Periode Januari-Desember 2022.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	39
Gambar 4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen Tahap 1.....	74
Gambar 4.2 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Tahap 2.....	76
Gambar 4.3 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen Tahap 1	77
Gambar 4.4 Analisis Full Model Tahap 1	79
Gambar 4.5 Analisis Full Model Tahap 2.....	80

