



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PRODUK  
*BODYLOTION SCARLETT*  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN FEB UMK)**

**OLEH :  
IFFATUL IZZA  
201911258**

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

**2024**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PRODUK *BODY*  
*LOTION SCARLETT*  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN FEB UMK)**

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

**OLEH :**

**IFFATUL IZZA**

**201911258**

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

**2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PRODUK *BODY*  
*LOTION SCARLETT*  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN FEB UMK)**

Nama : Iffatul Izza  
NIM : 201911258  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 27... Januari, 2024

Ketu Pembimbing I



(Dr. Drs. Ag. Sunarno H, S.H., S.Pd., M.M)  
NIDK. 891521021

Pembimbing II



(Dian Wismar'ain, S.E., M.M)  
NIDN. 0612127702

Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)  
NIDN. 0024037701

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PRODUK *BODY*  
*LOTION SCARLETT*  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN FEB UMK)**

Nama : Iffatul Izza  
NIM : 201911258  
Program Studi : Manajemen


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


Kudus, 19 Februari 2024.....

Mengetahui

Ketua Program Studi

Pembimbing I


  
(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)  
NIDN. 0024037701


  
(Dr. Drs. Ag. Sunarno H, S.H., S.Pd., M.M)  
NIDK. 891521021

Mengetahui

Pembimbing II



  
(Diah Nurani Sumekar, S.E., M.M)  
NIDN. 0616077304

  
(Dian Wismar'ain, S.E., M.M)  
NIDN. 0612127702

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO:

“Alah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al Baqarah: 286)

“Sesungguhnya pertolongan akan datang bersama kesabaran”

(HR. Ahmad)

### PERSEMBAHAN:

*Skripsi ini dipersembahkan untuk ayah dan ibu saya, saudara saya, almamater dan semua teman-teman saya yang sudah ikut membantu dan mendakan saya untuk menyelesaikan skripsi ini.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PRODUK *BODY LOTION* SCARLETT (STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN FEB UMK)”**

Penulis menyadari bahwa pada penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, untuk itu sebagai bentuk penghargaan kepada pihak yang telah memberi bantuan, pengarahan, motivasi, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengungkapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr.Drs.Ag. Sunarno H, S.H., S.Pd., M.M, selaku dosen pembimbing I yang telah membantu dan memberi arahan dalam pengerjaan skripsi ini dari awal pengerjaan sampai selesai. Terimakasih atas ilmu, masukan dan motivasi yang telah diberikan.

5. Dian Wismar'ain, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing II yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dari awal pengerjaan sampai selesai. Terimakasih atas ilmu dan masukannya yang telah diberikan.
6. Seluruh dosen Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis.
7. Kedua orang tua saya, bapak Mulikhan dan ibu Farikhah yang sudah memberikan support secara finansial maupun material kepada saya serta doa untuk kelancaran studi saya.
8. Adik saya Nafidatul Hasanah yang sudah memberikan dukungan untuk kelancaran studi saya.
9. Teman seperjuangan saya (Auril, Gita, Septian, Nila, Surya) yang sudah banyak membantu, memberi dukungan dan menemani saya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna baik dalam bentuk penyusunan serta tulisannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pembaca serta mejadi bahan kajian selanjutnya.

Kudus, Januari 2024

Penulis,



NIM. 201911258



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PRODUK *BODY  
LOTION SCARLETT*  
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA MANAJEMEN FEB UMK)**

Iffatul Izza  
201911258

Pembimbing 1: Dr.Drs. Ag. Sunarno H, S.H., S.Pd., M.M  
2: Dian Wismar'ain, S.E., M.M

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

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Loyalitas pelanggan yang baik dapat dicapai dengan adanya kualitas produk dan kepercayaan merek yang baik pada kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan jumlah sampel 110 responden. Pengumpulan data pada penelitian ini melalui metode penyebaran kuesioner dengan teknik analisis data yaitu SEM AMOS versi 24. Hasil penelitian ini yaitu kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan kepercayaan merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk dan kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Loyalitas Pelanggan,  
Kepuasan Pelanggan



***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND TRUST  
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN  
INTERVENING VARIABLE PRODUCT BODY LOTION SCARLETT  
(CASE STUDY ON MANAGEMENT FEB UMK)***

Iffatul Izza  
201911258

Pembimbing 1: Dr.Drs. Ag. Sunarno H, S.H., S.Pd., M.M  
2: Dian Wismar'ain, S.E., M.M

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

***ABSTRACK***

*This research aims to examine the influence of product quality and brand trust customer loyalty through customer satisfaction. Good customer loyalty can be achieved by having good kualitas produk and brand support for customer satisfaction. The method used was purposive sampling with a sample size of 110 respondents. Data collection in this research is through the method of distributing questionnaires with data analysis techniques, namely SEM AMOS version 24. The results of this research are that product quality has a positive and significant effect on customer loyalty, while brand has a positive and insignificant effect on customer loyalty. Product quality and brand trust have a positive and significant effect on customer satisfaction and customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty.*

***Keywords:*** *Product Quality, Brand Trust, Customer Loyalty, and Customer Satisfaction*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Teori Manajemen Pemasaran.....	7
2.2 Kualitas Produk.....	7
2.3 Kepercayaan Merek.....	8
2.4 Kepuasan Pelanggan.....	11
2.5 Loyalitas Pelanggan.....	13
2.6 Pengaruh Antar Variabel.....	17
2.7 Penelitian Terdahulu.....	21
2.8 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Rancangan Penelitian.....	29
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	29

3.3 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.4 Populasi dan Sampel.....	33
3.5 Pengumpulan Data .....	34
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	35
3.7 Pengolahan Data.....	37
3.8 Analisis Data .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
4.2 Penyajian Data.....	46
4.3 Uji Instrument.....	52
4.4 Uji Normalitas .....	55
4.5 Uji Outlier.....	56
4.6 Analisis Data .....	57
4.7 Analisis Konfirmatori .....	57
4.8 Analisis Konfirmatori <i>Full Measurement</i> .....	63
4.9 Analisis Full Model.....	66
4.10 Uji Kausalitas (Regression Wight) .....	67
4.11 Uji Hipotesis.....	69
4.12 Uji Intervening .....	72
4.13 Pembahasan .....	73
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top <i>BrandBody Lotion&amp;Body Butter</i> di Shopee Dan Tokopedia .....	2
Tabel 3.1 Skala Likert .....	35
Tabel 4.1 Deskripsi Usia Responden .....	46
Tabel 4.2 Deskripsi Data Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.3 Deskripsi Data Angkatan .....	48
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kualitas produk .....	49
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kepercayaan Merek .....	50
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	51
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan .....	52
Tabel 4.8 Uji <i>Convergent Validity</i> .....	53
Tabel 4.9 Uji <i>Average Variance Extracted</i> .....	54
Tabel 4.9 Uji <i>Construct Reliability</i> .....	54
Tabel 4.10 Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	55
Tabel 4.11 <i>Assessment Of Normality</i> .....	56
Tabel 4.12 <i>Mahalanobis d-squared</i> .....	57
Tabel 4.13 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> .....	58
Tabel 4.14 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> .....	59
Tabel 4.15 Analisis Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	60
Tabel 4.16 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> .....	61
Tabel 4.20 Analisis Konfirmatori <i>Full Measurement</i> .....	65
Tabel 4.21 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> .....	67
Tabel 4.22 Standardized Regression Weights .....	67
Tabel 4.23 Squared Multiple Correlations.....	68
Tabel 4.24 Uji Hipotesis .....	69
Tabel 4.25 Uji Intervening.....	72

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	26
Gambar 3.1 Diagram jalur .....	40
Gambar 4.1 Analisis Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan .....	58
Gambar 4.2 Analisis Konfirmatori Setelah Perbaikan .....	59
Gambar 4.3 Analisis Konfirmatori Endogen .....	61
Gambar 4.6 Uji Full Model .....	66

