



**ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI CITRA MEREK
PRODUK KOSMETIK WARDAH
(STUDI PADA KONSUMEN DI KUDUS)**

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

Oleh:

QOMARIAH

NIM. 201911144

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

**ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI CITRA MEREK
PRODUK KOSMETIK WARDAH
(STUDI PADA KONSUMEN DI KUDUS)**

Nama : Qomariah
Nim : 201911144
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 6 Februari.....2025

Pembimbing I



Dr. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K
NIDN. 0630098401

Pembimbing II



Tina Rahayu, S.M., M.M
NIDN. 0611059601

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



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

**ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI CITRA MEREK
PRODUK KOSMETIK WARDAH
(STUDI PADA KONSUMEN DI KUDUS)**

Nama : Qomariah
Nim : 201911144
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 6 Maret 2025

Mengetahui
Ketua Program Studi



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

Pembimbing I



Dr. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K
NIDN. 0630098401

Mengetahui
Dekan



Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



Tina Rahayu, S.M., M.M
NIDN. 0611059601

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Moto:

“Allah tidak akan menguji hambanya diluar batas kemampuannya”

(QS. Al-Baqarah 286)

“Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. Percaya proses itu yang paling penting, karena Allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit” (Edward Satria)

Persembahan:

Skripsi ini saya persembahkan kepada Ibu dan Bapak yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat, kasih sayangnya, perhatian, motivasi nasehat serta dukungan baik secara moral maupun finansial dengan ikhlas.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya kepada kita semua khususnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan skripsi yang berjudul **“Anteseden dan Konsekuensi Citra Merek Produk Kosmetik Wardah (Studi pada Konsumen di Kudus)”**, yang disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa ridho dari Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak yang ikut serta mendukung, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan rendah hati mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku 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. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya serta memberikan bimbingan, masukan, kritik dan saran yang sangat berguna sehingga peneliti ini dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Tina Rahayu, S.M., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya serta memberikan bimbingan, masukan, kritik dan saran yang sangat berguna sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberi banyak bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
7. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Muhammadun dan Ibu Kaswati. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Semoga Bapak dan Ibu sehat, panjang umur dan bahagia selalu.
8. Teruntuk sahabatku tersayang Meutia Fadlilatul 'Ula Ariyanto yang telah menjadi bagian dari hidup saya, yang senantiasa memberikan semangat bantuan serta dorongan.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu yang membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan tulus sampai akhir.
10. Terakhir, kepada diri saya sendiri. Qomariah yang sudah berjuang menyelesaikan studi hingga sejauh ini, dan mampu mengendalikan diri meski banyak tekanan dari luar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih teramat banyak kekurangan. Dengan hal ini segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan oleh penulis agar dapat menyempurnakan skripsi ini. Demikian skripsi ini saya buat, semoga dapat bermanfaat bagi para pembaca dan yang berkepentingan lainnya.

Kudus, 2025
Penulis,

Qomariah
NIM. 201911144

**Anteseden dan Konsekuensi Citra Merek Produk Kosmetik Wardah
(Studi pada Konsumen di Kudus)**

Qomariah

NIM. 201911144

Pembimbing : 1. Dr. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.
2. Tina Rahayu, S.M., M.M.

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

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas merek melalui citra merek pada produk kosmetik Wardah di Kudus. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah konsumen produk kosmetik Wardah di Kudus yang berjumlah 126 responden dan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis data menggunakan SEM-AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak anteseden terhadap loyalitas merek pada produk kosmetik Wardah di Kudus. Reputasi perusahaan dan citra merek anteseden terhadap loyalitas merek pada produk kosmetik Wardah di Kudus. Kualitas produk anteseden terhadap citra merek pada produk kosmetik Wardah di Kudus. Reputasi perusahaan anteseden terhadap citra merek pada produk kosmetik Wardah di Kudus.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Reputasi Perusahaan, Citra Merek, Loyalitas Merek.

***Antecedents and Consequences of Brand Image of Wardah Cosmetology
Products (Study of Consumers in Kudus)***

Qomariah

NIM. 201911144

Lecturer : 1. Dr. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.
2. Tina Rahayu, S.M., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS PROGRAM OF MANAGEMENT**

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the influence of product quality on brand loyalty through the brand image of Wardah cosmetic products in Kudus. This research uses a quantitative approach. The sample for this research was consumers of Wardah cosmetic products in Kudus, totaling 126 respondents and the sampling technique used purposive sampling technique. The data collection technique uses a questionnaire method. The data analysis technique uses SEM-AMOS. The results of the study indicate that product quality is not an antecedent to brand loyalty in Wardah cosmetic products in Kudus. Company reputation and brand image are antecedents to brand loyalty in Wardah cosmetic products in Kudus. Product quality is an antecedent to brand image in Wardah cosmetic products in Kudus. Company reputation is an antecedent to brand image in Wardah cosmetic products in Kudus.

Keywords: Product Quality, Company Reputation, Brand Image, Brand Loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	8
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
 BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Loyalitas	12
2.1.2 Loyalitas Merek	13
2.1.3 Citra Merek	16
2.1.4 Kualitas Produk	19
2.1.5 Reputasi Perusahaan	21
2.2 Pengaruh Antar Variabel	23

	Halaman
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Merek.....	23
2.2.2 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Loyalitas Merek.....	24
2.2.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek	25
2.2.4 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Citra Merek.....	26
2.2.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek.....	26
2.3 Penelitian Terdahulu	27
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis	30
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian.....	33
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	33
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4 Populasi dan Sampel	37
3.5 Pengumpulan Data	38
3.6 Uji Instrumen Penelitian	39
3.7 Pengolahan Data.....	41
3.8 Analisis Data	42
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	49
4.2 Deskripsi Data.....	50
4.2.1 Deskripsi Data Responden.....	50
4.2.2 Deskripsi Variabel	53
4.3 Uji Instrumen Penelitian	56
4.3.1 Uji Validitas.....	57
4.3.1.1 <i>Convergent Validity</i>	57
4.3.1.2 Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	64

	Halaman
4.3.1.3 Uji <i>Discriminant Validity</i>	65
4.3.2 Uji Reliabilitas	66
4.4 Evaluasi atas Asumsi-asumsi SEM.....	67
4.4.1 Uji Normalitas	67
4.4.2 Uji <i>Outliers</i>	68
4.5 <i>Structural Model (Full Model)</i>	69
4.6 <i>Standardized Regression Weights</i>	71
4.7 Koefisien Determinasi.....	72
4.8 Uji Hipotesis	73
4.9 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	76
4.10 Pembahasan.....	77
4.10.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Merek pada Produk Kosmetik Wardah di Kudus.....	77
4.10.2 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Loyalitas Merek pada Produk Kosmetik Wardah di Kudus.....	79
4.10.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Merek pada Produk Kosmetik Wardah di Kudus	80
4.10.4 Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Citra Merek pada Produk Kosmetik Wardah di Kudus.....	81
4.10.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek pada Produk Kosmetik Wardah di Kudus	83
 BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran.....	88
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Score Ulasan Kosmetik Wardah	3
Tabel 1.2 Produk Kosmetik Wardah Dalam Top Brand Award	5
Tabel 3.1 Skor Penilaian Skala <i>Likert</i>	42
Tabel 3.2 Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	46
Tabel 4.1 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	52
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_1).....	53
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Reputasi Perusahaan (X_2)	54
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Citra Merek (Z).....	55
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Loyalitas Merek (Y)	56
Tabel 4.8 Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen Sebelum Adanya Perbaikan Model.....	58
Tabel 4.9 Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen Sebelum Adanya Perbaikan Model.....	60
Tabel 4.10 Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen Sebelum Adanya Perbaikan Model.....	61
Tabel 4.11 Hasil <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen Setelah Adanya Perbaikan Model.....	63
Tabel 4.12 Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Full Measurement</i>	64
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	65
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Outliers</i>	69
Tabel 4.18 Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Full Model</i>	70
Tabel 4.19 Hasil <i>Standardized Regression Weight</i>	71
Tabel 4.20 Hasil Koefisien Determinasi	73

Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis.....	74
Tabel 4.22 Hasil Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	76



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Penjualan Kosmetik Wajah.....	3
Gambar 1.2 Screenshot Konsumen Tidak Puas.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	31
Gambar 4.1 Logo Wardah	50
Gambar 4.2 <i>Output Convergent Validity</i> Variabel Eksogen Sebelum Adanya Perbaikan Model.....	57
Gambar 4.3 <i>Output Convergent Validity</i> Variabel Eksogen Setelah Adanya Perbaikan Model.....	59
Gambar 4.4 <i>Output Convergent Validity</i> Variabel Endogen Sebelum Adanya Perbaikan Model.....	61
Gambar 4.5 <i>Output Convergent Validity</i> Variabel Endogen Setelah Adanya Perbaikan Model.....	62
Gambar 4.6 <i>Output Full Measurement</i>	64
Gambar 4.7 <i>Output Full Model</i>	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Kuesioner Penelitian
Lampiran	2	Data Responden
Lampiran	3	Rekapitulasi Jawaban Responden
Lampiran	4	Hasil Uji Instrumen Penelitian
Lampiran	5	Hasil Uji Asumsi – asumsi SEM
Lampiran	6	Hasil Analisis Data

