



**PENGARUH *INFLUENCER* MARKETING DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN CITRA
MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI
PADA PELANGGAN PRODUK SCARLETT WHITENING DI
KABUPATEN KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

**HIRZA MILLATI
NIM 2020- 11- 389**

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



**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN CITRA
MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA
PELANGGAN PRODUK SCARLETT WHITENING DI
KABUPATEN KUDUS)**

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

Oleh:

**HIRZA MILLATI
NIM 2020- 11- 389**

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

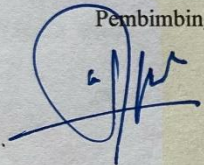
**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN CITRA
MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA
PELANGGAN PRODUK SCARLETT WHITENING DI
KABUPATEN KUDUS)**

Nama : Hirza Millati
NIM : 202011389
Program studi : Manajemen

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

Tanggal..... 06 Maret 2025

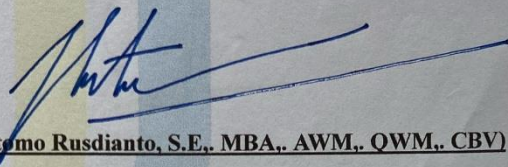
Pembimbing I



(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)

NIDN. 0601099201

Pembimbing II



(Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV)

NIDN. 0619108502

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN. 0024037701

**PENGARUH *INFLUENCER* MARKETING DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN CITRA
MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA
PELANGGAN PRODUK SCARLETT WHITENING DI
KABUPATEN KUDUS)**

Nama : Hirza Millati
NIM : 202011389
Program studi : Manajemen

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

Kudus, 06 Maret 2025

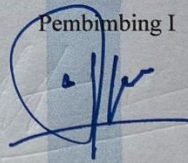
Mengetahui
Ketua Program Studi



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

NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Faridhatun Faidah, S.E., M.M)

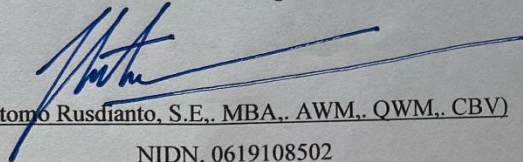
NIDN. 0601099201

Mengetahui
Dekan



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

Pembimbing II


(Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV)
NIDN. 0619108502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Seorang wanita akan menjadi luar biasa ketika dia berhasil mengajari dirinya sendiri bahwa semua kekuatan, kebahagiaan, dan motivasi itu ada dalam dirinya sendiri”

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”
(QS. Al-Insyirah : 5-6)

Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya yang telah mendukung dan mendoakan saya.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN PRODUK SCARLETT WHITENING DI KABUPATEN KUDUS)”**.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik pengajaran, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan banyak terima kasih 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. Tina Rahayu, S.M., M.M., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen
5. Faridhatun Faidah, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah mengarahkan dan membimbing sehingga skripsi dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis.
6. Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah mengarahkan dan membimbing sehingga skripsi dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis.

7. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan.
8. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Muallimin. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, Ayah hebat yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tak henti-hentinya mendo'akan, mencurahkan kasih sayang, perhatian, motivasi, serta dukungan secara moril ataupun materil.
9. Almh. Ibu Nur Hikmah, seseorang yang telah melahirkan saya. Terimakasih sebanyak-banyaknya yang tidak bisa penulis ungkapkan. Skripsi ini untuk ibu.
10. Kepada Ibu Qomariyyah, terimakasih telah merawat dan selalu mendo'akan penulis.
11. Kepada kakak saya Khoirun Nida dan suaminya, terimakasih banyak atas segala motivasi dan dukungan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Serta kepada Adik dan keponakan-keponakan tercinta terimakasih banyak sudah hadir dan selalu menghibur penulis.
12. Kepada teman hidup saya yang tak kalah penting kehadirannya, Husin Fadlullah yang menjadi salah satu penyemangat. Terimakasih banyak telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, telah menjadi rumah tempat berkeluh kesah diwaktu lelahmu, menjadi pendengar, penghibur serta penasehat yang baik. Senantiasa memberikan cinta dan semangat

untuk pantang menyerah. Semoga sukses selalu kedepannya untuk kita berdua, Aamiin.

13. Kepada ayah ibu mertua dan keluarga besar yang selalu memberikan semangat, dukungan dan doa kepada penulis.

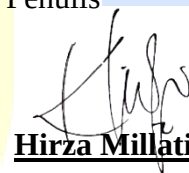
14. Sahabat-sahabat penulis yang telah memberikan dukungan serta selalu memotivasi untuk terus semangat dalam mengerjakan skripsi.

15. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih telah banyak membantu demi kelancaran dan keberhasilan penulis dalam penyusunan skripsi.

16. Terakhir untuk diri saya Hirza Millati terimakasih telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan luar dan telah berusaha keras berjuang sampai sejauh ini. Tidak menyerah sampai akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini.

Kudus, 05 Maret 2025

Penulis



Hirza Millati

202011389

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN PRODUK
SCARLETT WHITENING DI KABUPATEN KUDUS)**

**Hirza Millati
202011389**

Pembimbing

1. Faridhatun Faidah, S.E., M.M.,
2. Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV

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

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis pengaruh *influencer marketing* dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dengan citra merek sebagai variabel intervening (studi pada pelanggan produk Scarlett Whitenening di Kabupaten Kudus). Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan produk Scarlett Whitenening di Kabupaten Kudus yang tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* menggunakan rumus hair dengan hasil sampel sebanyak 100 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis SmartPLS versi 3.2.9. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan didapatkan bahwa *influencer marketing* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, *influencer marketing* berpengaruh positif terhadap citra merek, promosi berpengaruh positif terhadap citra merek artinya semakin baik semakin baik dan efektif promosi yang dilakukan, semakin positif pula citra merek di pandangan pelanggan, citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, citra merek tidak terbukti memediasi antara *Influencer marketing* terhadap kepuasan pelanggan, citra merek tidak terbukti memediasi antara promosi terhadap kepuasan pelanggan .

Kata kunci: *influencer marketing*, promosi, kepuasan pelanggan, citra merek

**THE INFLUENCE OF INFLUENCER MARKETING AND PROMOTION
ON CUSTOMER SATISFACTION WITH BRAND IMAGE AS AN
INTERVENING VARIABLE (STUDY ON SCARLETT WHITENING
PRODUCT CUSTOMERS IN KUDUS DISTRICT)**

Hirza Millati

202011389

Pembimbing

1. Faridhatun Faidah, S.E., M.M.,
2. Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV

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

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of influencer marketing and promotions on customer satisfaction with brand image as an intervening variable (study on customers of Scarlet Whitening products in Kudus Regency). The population in this research is customers of Scarlet Whitening products in Kudus Regency whose exact data is not known. The sampling technique used purposive sampling using the hair formula with a sample of 100 respondents. Data analysis in this study used SmartPLS analysis version 3.2.9. Based on the results of the research conducted, it was found that influencer marketing has a positive effect on customer satisfaction, promotion has a positive effect on customer satisfaction, influencer marketing has a positive effect on brand image, promotion has a positive effect on brand image, meaning that the better and more effective the promotion is, the more positive it is. brand image in the eyes of customers, brand image has a positive effect on customer satisfaction, brand image is not proven to mediate between Influencer marketing and customer satisfaction, brand image is not proven to mediate between promotion and customer satisfaction.

Keywords: influencer marketing, promotion, customer satisfaction, brand image

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I 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.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 <i>Theory Of Reasoned Action (TRA)</i>	15
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	14
2.3 Influencer Marketing.....	17
2.4 Promosi.....	20

2.5 Citra Merek.....	22
2.6 Pengaruh Antar Variabel	24
2.7 Penelitian Terdahulu.....	29
2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Rancangan Penelitian	36
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	36
3.2.1 Variabel Penelitian.....	36
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.3.1 Jenis Data	39
3.3.2 Sumber Data	40
3.4 Populasi dan Sampel	40
3.4.1 Populasi.....	40
3.4.2 Sampel	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	48
4.1.1 Gambaran Umum Produk Scarlet Whithening	48
4.2 Penyajian Data.....	49
4.2.1 Karakteristik Reponden	49
4.2.2 Hasil Tanggapan Responden Pada Variabel Penelitian.....	51
4.3 Analisis Data.....	58
4.3.1 Uji Outer Model atau Model Pengukuran.....	55

4.3.2 Uji Inner Model atau Model Struktural	59
4.4 Uji Hipotesis.....	60
4.5 Pembahasan Produk Scarlet Whitening	64
4.5.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	64
4.5.2 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	65
4.5.3 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Citra Merek.....	65
4.5.4 Pengaruh Promosi Terhadap Citra Merek.....	66
4.5.5 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	67
4.5.6 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Citra Merek.....	67
4.5.7 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Citra Merek.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1. 1 Daftar Brand Perawatan Wajah Terlaris	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	34
Gambar 4. 1 Output PLS Algoorithm	55
Gambar 4. 2 Output Bootstraping	61

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1. 1 Data Penjualan Scarlett Whitening 2019-2021	4
Tabel 1. 2 Perbandingan Harga Antara Toko Resmi dan Toko Biasa	6
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	51
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Influencer Marketing (X1)	51
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Promosi.....	52
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	53
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek.....	54
Tabel 4. 8 <i>Outer Loading</i>	56
Tabel 4. 9 <i>Cross Loading</i>	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	58
Tabel 4. 11 Hasil <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i>	59
Tabel 4. 12 Hasil Nilai R-Square	60
Tabel 4. 13 Original sample, T-Statistic dan P-Values.....	62