



**PENGARUH PENGALAMAN MEREK, KUALITAS PRODUK,  
CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEPUASAN  
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA  
PRODUK SABUN PEMBERSIH MUKA POND'S DI KUDUS**

Oleh:

ANNISA AMALIYASARI

202111459

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



**PENGARUH PENGALAMAN MEREK, KUALITAS PRODUK,  
CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEPUASAN  
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA  
PRODUK SABUN PEMBERSIH MUKA POND'S 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:

ANNISA AMALIYASARI

202111459

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

**TAHUN 2025**

**PENGARUH PENGALAMAN MEREK, KUALITAS PRODUK, CITRA  
MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEPUASAN KONSUMEN  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SABUN  
PEMBERSIH MUKA POND'S DI KUDUS**

Nama : Annisa Amaliyasari  
NIM : 201911459  
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,

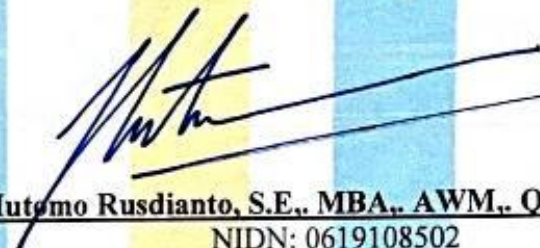
2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing

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

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

**PENGARUH PENGALAMAN MEREK, KUALITAS PRODUK, CITRA  
MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEPUASAN KONSUMEN  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SABUN  
PEMBERSIH MUKA POND'S DI KUDUS**

Nama : Annisa Amaliyasari  
NIM : 201911459  
Program Studi : Manajemen

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

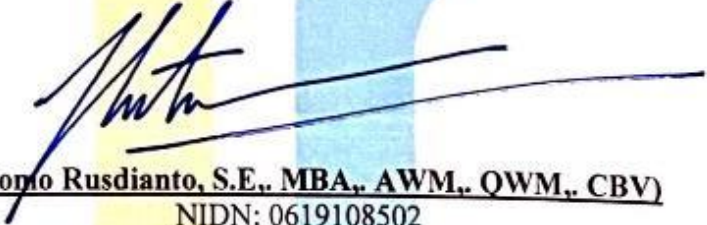
Kudus, 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing

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

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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto :**

Berhentilah meragukan diri sendiri dan wujudkan apa yang kita inginkan tidak perlu sana sini melihatkan kerja keras yang kita lakukan biarkan hasilnya yang berbicara.

"Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu".

(Umar bin Khattab)

### **Persembahan :**

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Untuk kedua orang tua saya tercinta Ibu dan Bapak, yang senantiasa mendo'akan saya dan memberikan semangat, juga dukungan yang luar biasa yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap dimana skripsi ini akhirnya selesai.
2. Untuk kedua kakak saya Nova Anuraga dan Arum Elia Sari yang selalu memotivasi saya untuk segera menyelesaikan skripsi, yang memberikan semangat, dan materi untuk saya kuliah sehingga saya dapat berkuliah.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat, hidayah, serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Pengalaman Merek, Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Sabun Pembersih Muka Pond's Di Kudus". Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Banyak pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, sehingga penulis sangat berterimakasih 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. Hutomo Rusdianto., S.E., MBA., QWM., CBV., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Muhammad Teguh Kuncoro S.E., M.B.A., selaku Dosen Penguji yang telah memberi dukungan, bimbingan, dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Mira Meilia Marka, S.E., M.M., selaku Dosen Penguji yang telah memberi dukungan, bimbingan, dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini.

7. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan ilmu kepada saya.
8. Kedua orang tua penulis tersayang, yang telah memberikan limpahan kasih sayang dan cinta yang tulus, doa yang tak pernah putus, materi, motivasi, nasehat, perhatian, dan pengorbanan yang diberikan selalu membuat penulis selalu bersyukur telah memiliki orang tua yang luar biasa.
9. Nova Anuraga dan Arum Elia Sari selaku kakak yang saya sayangi, terimakasih untuk banyak hal-hal baik, terimakasih untuk semangat, dukungan, motivasi serta doa-doa hebat kalian, terimakasih sekali lagi untuk segalanya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Muhammad Abdul Latief sebagai teman satu satunya yang selalu menemani mengerjakan skripsi. Terima kasih telah menjadi pendukung setia, teman berbagi, dan sumber semangat di setiap langkah perjalanan ini. Kesabaranmu, doronganmu, dan kehadiranmu membuat setiap tantangan terasa lebih ringan. Setiap diskusi, saran, dan kehadiran hangat yang kamu berikan sangat berarti bagi saya. Tanpa dukunganmu, mungkin saya tidak akan bisa mencapai titik ini.

Kudus, 26 Januari 2025

Penulis,



Annisa Amaliyasari

202111459

**PENGARUH PENGALAMAN MEREK, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SABUN PEMBERSIH MUKA POND'S DI KUDUS**

ANNISA AMALIYASARI

202111459

Pembimbing : Hutomo Rusdianto., S.E., MBA., QWM., CBV

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

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman merek, kualitas produk, citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Produk Sabun Pembersih Muka Pond's di Kudus. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 120 responden domisili Kudus yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Data dianalisis menggunakan aplikasi analisis SPSS 29. Hasil yang diperoleh adalah pengalaman merek, kualitas produk, citra merek, kepercayaan merek, serta kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variabel pengalaman merek, kualitas produk, citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

**Kata kunci:** loyalitas konsumen, pengalaman merek, kualitas produk, citra merek, kepercayaan merek, kepuasan konsumen.

**THE INFLUENCE OF BRAND EXPERIENCE, PRODUCT QUALITY,  
BRAND IMAGE, BRAND TRUST, AND CONSUMER SATISFACTION ON  
CONSUMER LOYALTY IN POND'S FACIAL WASH PRODUCTS IN  
KUDUS**

ANNISA AMALIYASARI  
202111459

Pembimbing : Hutomo Rusdianto., S.E., MBA., QWM., CBV

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

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of brand experience, product quality, brand image, brand trust, and consumer satisfaction on consumer loyalty in Pond's Facial Wash Products in Kudus. The sample used in the study was 120 respondents from Kudus domicile who were selected using the purposive sampling method. The data was analyzed using the SPSS 29 analysis application. The results obtained are that brand experience, product quality, brand image, brand trust, and consumer satisfaction have a positive and significant effect on consumer loyalty. Variable brand experience, product quality, brand image, brand trust, and consumer satisfaction simultaneously have a positive and significant effect on consumer loyalty.*

**Keywords:** *consumer loyalty, brand experience, product quality, brand image, brand trust, consumer satisfaction.*

## DAFTAR ISI

|                                         | Halaman |
|-----------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL .....                     | i       |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....             | iv      |
| KATA PENGANTAR .....                    | v       |
| ABSTRAK .....                           | vii     |
| <i>ABSTRACT</i> .....                   | viii    |
| DAFTAR ISI.....                         | ix      |
| DAFTAR TABEL .....                      | xiii    |
| DAFTAR GAMBAR .....                     | xiv     |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                    | xv      |
| BAB I PENDAHULUAN.....                  | 1       |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....         | 1       |
| 1.2 Ruang Lingkup .....                 | 20      |
| 1.3 Rumusan Masalah.....                | 21      |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....              | 22      |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....            | 23      |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....            | 24      |
| 2.1 Perilaku Konsumen.....              | 24      |
| 2.2 Pengalaman Merek .....              | 25      |
| 2.2.1 Indikator Pengalaman Merek .....  | 26      |
| 2.3 Kualitas Produk .....               | 28      |
| 2.3.1 Indikator Kualitas Produk .....   | 29      |
| 2.4 Citra Merek.....                    | 31      |
| 2.4.1 Indikator Citra Merek.....        | 32      |
| 2.5 Kepercayaan Merek.....              | 32      |
| 2.5.1 Indikator Kepercayaan Merek.....  | 34      |
| 2.6 Kepuasan Konsumen .....             | 35      |
| 2.6.1 Indikator Kepuasan Konsumen ..... | 36      |
| 2.7 Loyalitas Konsumen .....            | 37      |

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| 2.7.1 Indikator Loyalitas Konsumen .....                           | 38 |
| 2.8 Pengaruh Antar Variabel .....                                  | 40 |
| 2.8.1 Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....   | 40 |
| 2.8.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen .....   | 40 |
| 2.8.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen .....       | 41 |
| 2.8.4 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen ..... | 42 |
| 2.8.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen ..... | 43 |
| 2.9 Penelitian Terdahulu.....                                      | 44 |
| 2.10 Kerangka Pemikiran.....                                       | 49 |
| 2.11 Hipotesis.....                                                | 50 |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                                    | 52 |
| 3.1 Rancangan Penelitian.....                                      | 52 |
| 3.2 Variabel Penelitian .....                                      | 52 |
| 3.2.1 Variabel Independen .....                                    | 53 |
| 3.2.2 Variabel Dependen.....                                       | 53 |
| 3.3 Definisi Operasional Variabel .....                            | 53 |
| 3.3.1 Pengalaman merek .....                                       | 54 |
| 3.3.2 Kualitas produk .....                                        | 54 |
| 3.3.3 Citra merek.....                                             | 55 |
| 3.3.4 Kepercayaan merek.....                                       | 55 |
| 3.3.5 Kepuasan konsumen.....                                       | 56 |
| 3.3.6 Loyalitas konsumen .....                                     | 56 |
| 3.4 Jenis dan Sumber Data .....                                    | 57 |
| 3.5 Populasi dan Sampel.....                                       | 57 |
| 3.6 Pengumpulan Data.....                                          | 59 |
| 3.6.1 Kuesioner .....                                              | 59 |
| 3.6.2 Dokumentasi .....                                            | 60 |
| 3.7 Pengolahan Data .....                                          | 60 |
| 3.8 Analisis Data.....                                             | 61 |
| 3.8.1 Uji Instrumen Penelitian .....                               | 61 |
| 3.8.2 Analisis Statistik Deskriptif .....                          | 62 |

|                                                                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....                                                                                                 | 62 |
| 3.8.4 Pengujian Hipotesis .....                                                                                               | 64 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....                                                                                             | 68 |
| 4.1 Deskripsi Data Responden .....                                                                                            | 68 |
| 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Penelitian .....                                                                    | 69 |
| 4.2.1 Pengalaman Merek .....                                                                                                  | 69 |
| 4.2.2 Kualitas Produk .....                                                                                                   | 69 |
| 4.2.3 Citra Merek .....                                                                                                       | 70 |
| 4.2.4 Kepercayaan Merek .....                                                                                                 | 71 |
| 4.2.5 Kepuasan Konsumen .....                                                                                                 | 71 |
| 4.2.6 Loyalitas Konsumen .....                                                                                                | 72 |
| 4.3 Uji Instrumen Penelitian .....                                                                                            | 73 |
| 4.3.1 Uji Validitas .....                                                                                                     | 73 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas .....                                                                                                  | 75 |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik .....                                                                                                   | 75 |
| 4.4.1 Uji Normalitas .....                                                                                                    | 75 |
| 4.4.2 Uji Multikolonieritas .....                                                                                             | 76 |
| 4.4.3 Uji Heteroskedastistas .....                                                                                            | 77 |
| 4.5 Uji Hipotesis .....                                                                                                       | 78 |
| 4.5.1 Analisis Regresi Berganda .....                                                                                         | 78 |
| 4.5.2 Uji Parsial (Uji t) .....                                                                                               | 80 |
| 4.5.3 Uji Simultan (Uji F) .....                                                                                              | 83 |
| 4.5.4 Koefisien Determinasi .....                                                                                             | 84 |
| 4.6 Pembahasan .....                                                                                                          | 85 |
| 4.6.1 Pengalaman merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen .....                                                          | 85 |
| 4.6.2 Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen .....                                                           | 86 |
| 4.6.3 Citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen .....                                                               | 88 |
| 4.6.4 Kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen .....                                                         | 89 |
| 4.6.5 Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen .....                                                         | 90 |
| 4.6.6 Pengalaman Merek, Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan<br>merek, dan Kepuasan konsumen berpengaruh secara simultan |    |

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| terhadap Loyalitas Konsumen..... | 92  |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....  | 93  |
| 5.1 Kesimpulan.....              | 93  |
| 5.2 Saran.....                   | 94  |
| DAFTAR PUSTAKA .....             | 97  |
| LAMPIRAN.....                    | 101 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                   | Halaman |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1. 1 Data Top Brand Index Produk Facial Wash .....                          | 3       |
| Tabel 1. 2 Review Konsumen Terhadap Pengalaman Merek Facial Wash<br>Pond's .....  | 6       |
| Tabel 1. 3 Review Konsumen Terhadap Kualitas Produk Facial Wash Pond's ..         | 8       |
| Tabel 1. 4 Review Konsumen Terhadap Citra Merek Facial Wash Pond's .....          | 10      |
| Tabel 1. 5 Review Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek Facial Wash<br>Pond's ..... | 12      |
| Tabel 1. 6 Review Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Facial Wash<br>Pond's ..... | 14      |
| Tabel 1. 7 Tanggapan Pra-Survey Responden .....                                   | 17      |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden .....                                          | 68      |
| Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengalaman Merek .....           | 69      |
| Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk .....            | 70      |
| Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek .....                | 70      |
| Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Merek .....          | 71      |
| Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen ...            | 72      |
| Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen ....          | 72      |
| Tabel 4. 8 Uji Validitas .....                                                    | 74      |
| Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas .....                                                 | 75      |
| Tabel 4. 10 Uji Normalitas .....                                                  | 76      |
| Tabel 4. 11 Uji Multikolonieritas .....                                           | 76      |
| Tabel 4. 12 Uji Analisis Regresi Berganda .....                                   | 79      |
| Tabel 4. 13 Uji Parsial (Uji t) .....                                             | 80      |
| Tabel 4. 14 Uji Simultan (Uji F) .....                                            | 84      |
| Tabel 4. 15 <i>Adjusted R Square</i> .....                                        | 85      |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                    | Halaman |
|----------------------------------------------------|---------|
| Gambar 1. 1 Data Penjualan Facial Wash Pond's..... | 5       |
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....      | 50      |
| Gambar 4. 1 Uji heteroskedastisitas.....           | 78      |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                                   | Halaman |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Lampiran 1 Data Top Brand Index Produk Facial Wash dan Data Penjualan<br>Facial Wash Pond's ..... | 102     |
| Lampiran 2 Review Konsumen Terhadap Pengalaman Merek Facial Wash<br>Pond's.....                   | 103     |
| Lampiran 3 Review Konsumen Terhadap Kualitas Produk Facial Wash Pond's<br>.....                   | 105     |
| Lampiran 4 Review Konsumen Terhadap Citra Merek Facial Wash Pond's .                              | 107     |
| Lampiran 5 Review Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek Facial Wash<br>Pond's.....                  | 109     |
| Lampiran 6 Review Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Facial Wash<br>Pond's.....                  | 111     |
| Lampiran 7 Pra-Survey Penelitian .....                                                            | 113     |
| Lampiran 8 Kuesioner Penelitian.....                                                              | 114     |
| Lampiran 9 Hasil Pra Survey 35 Responden .....                                                    | 122     |
| Lampiran 10 Hasil Pra Test 35 Responden.....                                                      | 124     |
| Lampiran 11 Hasil Uji Validitas & Reabilitas Pra Survey 35 Responden.....                         | 130     |
| Lampiran 12 Hasil Penelitian N=120 Responden.....                                                 | 140     |
| Lampiran 13 Hasil Output SPSS.....                                                                | 153     |
| Lampiran 14 Dokumentasi Pra-Survey.....                                                           | 170     |
| Lampiran 15 Dokumentasi Pra-Test .....                                                            | 171     |
| Lampiran 16 Dokumentasi Kuesioner .....                                                           | 172     |