

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK,  
DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Pada Konsumen Produk Wardah Di Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh  
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Ahmad Dahlan

Yogyakarta



**Disusun Oleh :**

Anggraini Winda Saputri

2000011251

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN  
YOGYAKARTA**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK,**  
**DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP**  
**LOYALITAS PELANGGAN**  
(Studi Pada Konsumen Produk Wardah Di Daerah Istimewa Yogyakarta)



Pembimbing

Dr. Salamatun Asakdiyah, M.Si.

NIPM: 196205021987032001

Yogyakarta, 19 Maret 2024

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN  
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

**(Studi pada Konsumen Produk Wardah di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

Diajukan Oleh

Anggraini Winda Saputri

NIM: 2000011251

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di  
Depan Dewan Penguji Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad  
Dahlan Yogyakarta

Tanggal, 19 Maret 2024

Yang terdiri dari:

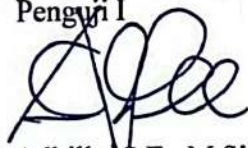
Ketua Tim Penguji



Dr. Salamatus Asakdiyah, M.Si.

NIPM: 196205021987032001

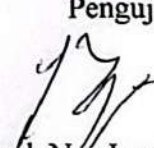
Penguji I



Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si.

NIPM: 197407082001020110881525

Penguji II



Fauziyah Nur Jamal, S.E., M.M.

NIPM :198306102021090111397105

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Ahmad Dahlan



Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR.

NIY: 60960166



## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul “PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Konsumen Produk Wardah di Daerah Istimewa Yogyakarta)” ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah saya terima dari universitas saya nyatakan gugur.

Yogyakarta, 19 Maret 2024  
Yang menyatakan,



Anggraini Winda Saputri  
NIM: 2000011251

Saksi 1, Ketua Penguji



Dr. Salamatun Asakdiyah

NIPM: 196205021987032001

Saksi 2, Anggota Tim Penguji 1



Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si.  
NIPM: 197407082001020110881525

Saksi 3, Anggota Tim Penguji 2



Fauziyah Nur Jamal, S.E., M.M.  
NIPM :198306102021090111397105

## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Anggraini Winda Saputri  
NIM : 2000011251  
Email : [anggraini2000011251@webmail.uad.ac.id](mailto:anggraini2000011251@webmail.uad.ac.id)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Prodi : Manajemen  
Judul Tugas : **PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Konsumen Produk Wardah di Daerah Istimewa Yogyakarta).**  
Akhir

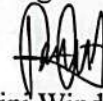
Dengan ini saya menyatakan hak sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur, serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut:

Saya (mengizinkan / ~~tidak mengizinkan~~) karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repository Pusat Belajar Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 19 Maret 2024

Yang menyatakan,



Anggraini Winda Saputri

NIM: 2000011251

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing



Dr. Salamatun Asakdiyah, M.Si.

NIPM: 196205021987032001



## PERNYATAAN TIDAK PLAGIASI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

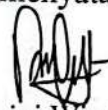
Nama : Anggraini Winda Saputri  
NIM : 2000011251  
Email : [anggraini2000011251@webmail.uad.ac.id](mailto:anggraini2000011251@webmail.uad.ac.id)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Prodi : Manajemen  
Judul Tugas : **PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Konsumen Produk Wardah di Daerah Istimewa Yogyakarta).**  
Akhir

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan ataupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan terjemahan melainkan merupakan gagasan rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian atau implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam penelitian ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 19 Maret 2024  
Yang menyatakan,



Anggraini Winda Saputri

NIM: 2000011251

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha pengasih lagi Maha penyayang, penulis panjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan segala nikmat dan hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK WARDAH DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”** ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dalam bentuk pengajaran dan arahan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Muchlas, M.T., selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
2. Ibu Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR. selaku Dekan Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
3. Ibu Tina Sulistiyani, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Salamatus Asakdiyah, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan ketulusan hati dan kesabarannya dalam memberikan

bimbingan dan arahan serta mendukung penulis dalam menyusun skripsi dari awal hingga akhir di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan.

5. Ibu Candra Vionela M., S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama masa studi di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
7. Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
8. Kedua orang tua penulis, Bapak Sudadi dan Ibu Sri Winarti, yang telah memberikan dukungan moral serta material yang telah engkau berikan.
9. Adikku Navista Diaz Azzachri dan seluruh anggota keluargaku terima kasih selalu memberiku semangat.
10. Ardhiansah Pramesthu sebagai partner spesial saya, terimakasih telah menemani, mendukung, dan memberi semangat untuk terus maju tanpa kenal kata menyerah.
11. Kepada teman seperjuangan Lisdini, Via, Ajeng, dan Anindya terimakasih telah menemani dan memberikan motivasi dan semangat.
12. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan *support* dan *do'a* kepada Saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini Saya ucapkan banyak terima kasih.



Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dengan tujuan menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Yogyakarta, Februari 2024

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Anggraini Winda Saputri', written in a cursive style.

Anggraini Winda Saputri

## **MOTTO**

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman :

Fa inna ma'al-'usri yusroo

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

Inna ma'al-'usri yusroo

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah 94: Ayat 5-6)

## PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya persembahkan rasa syukur dan terima kasih saya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Sudadi dan Ibu Sri Winarti yang selalu melangitkan doa-doa baik dan menjadikan motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah mengantarkan saya sampai ditempat ini, saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar untuk bapak dan ibu. Serta saudara saya Navista Dias Azzachri dan untuk keluarga besar saya, terima kasih atas dukungan dan semangatnya selama proses penulisan skripsi ini.
3. Diri saya sendiri, Anggraini Winda Saputri karena telah berusaha dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri walaupun banyak tekanan dari luar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.

Yogyakarta, Februari 2024

Penulis,



Anggraini Winda Saputri

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES .....	v
PERNYATAAN TIDAK PLAGIASI.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
MOTTO .....	x
PERSEMBAHAN.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK .....	xviii
<i>ABSTRACT</i> .....	xix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	11
BAB II KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	13
A. Kajian Teori .....	13
1. Citra Merek .....	13
a. Pengertian Citra Merek .....	13
b. Faktor – Faktor Citra Merek .....	14
c. Dimensi Pembentuk Citra Merek.....	15
d. Indikator Citra Merek.....	17
2. Harga.....	18
a. Pengertian Harga.....	18
b. Peranan Harga .....	19
c. Indikator Harga .....	19
3. Kualitas Produk.....	20



a.	Pengertian Kualitas Produk.....	20
b.	Dimensi Kualitas Produk .....	21
c.	Indikator Kualitas Produk .....	23
4.	Kepuasan Konsumen.....	23
a.	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	23
b.	Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	24
c.	Indikator Kepuasan Konsumen .....	25
5.	Loyalitas Pelanggan .....	27
a.	Pengertian Loyalitas.....	27
b.	Jenis Loyalitas.....	28
c.	Indikator Loyalitas .....	29
d.	Karakteristik Loyalitas .....	30
B.	Pengembangan Hipotesis .....	31
1)	Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	31
2)	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	32
3)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	33
4)	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	34
5)	Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	35
C.	Model Penelitian .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>38</b>
A.	Paradigma Penelitian.....	38
B.	Populasi, Sampel, Teknik Sampling, dan Target Sampel .....	38
1.	Populasi.....	38
2.	Sampel.....	39
C.	Jenis Data .....	41
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	41
E.	Skala Pengukuran.....	42
F.	Definisi Operasional.....	43
G.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	45
1.	Uji Validitas .....	45
2.	Uji Reliabilitas .....	48
H.	Teknik Analisis Data.....	50
1.	Analisis Deskriptif .....	50
2.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	50
I.	Uji Hipotesis .....	51
1.	Uji Parsial (Uji T).....	52
2.	Uji Simultan (Uji F) .....	52
3.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53

BAB IV ANALISIS DATA .....	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	54
1. Sejarah Singkat Wardah .....	54
2. Visi dan Misi Wardah .....	56
3. Macam – Macam Produk Wardah.....	57
B. Analisis Deskriptif .....	58
C. Uji Instrument .....	71
1. Uji Validitas .....	71
2. Uji Reliabilitas .....	75
D. Analisis Data .....	77
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	77
2. Uji Parsial (Uji T).....	79
3. Uji Simultan (Uji F) .....	84
4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	86
BAB V PENUTUP.....	87
1. Kesimpulan .....	88
2. Saran.....	89
3. Keterbatasan Penelitian.....	90
DAFTAR PUSTAKA .....	91
LAMPIRAN.....	95

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skor Skala Likert .....	42
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	43
Tabel 3.3 Analisis CFA Citra Merek .....	47
Tabel 3.4 Analisis CFA Harga .....	47
Tabel 3.5 Analisis CFA Kualitas Produk.....	47
Tabel 3.6 Analisis CFA Kepuasan Konsumen.....	47
Tabel 3.7 Analisis CFA Loyalitas Pelanggan .....	48
Tabel 3.8 Analisis Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....	58
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif .....	60
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Citra Merek (X1) .....	66
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Harga (X2).....	67
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Kualitas Produk (X3).....	68
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen (X4).....	69
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Loyalitas Pelanggan (Y) .....	70
Tabel 4.8 Analisis CFA Citra Merek .....	72
Tabel 4.9 Analisis CFA Harga .....	73
Tabel 4.10 Analisis CFA Kualitas Produk.....	73
Tabel 4.11 Analisis CFA Kepuasan Konsumen.....	74
Tabel 4.12 Analisis CFA Loyalitas Pelanggan .....	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas .....	76
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
Tabel 4.15 Hasil Analisis Uji T .....	79
Tabel 4.16 Hasil Analisis Uji F.....	85
Tabel 4.17 Hasil Analisis Koefisien Determinasi( $R^2$ ) .....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia .....	3
Gambar 1.2 Top Penjualan Produk Kosmetik.....	8



## DAFTAR LAMPIRAN

Angket Kuesioner.....	95
Data Responden .....	98
Output SPSS.....	101

## ABSTRAK

Wardah sebagai salah satu produk kecantikan unggulan sangat perlu menjaga loyalitas pelanggannya untuk dapat bertahan ditengah persaingan dunia kosmetik yang ketat. Tuntutan akan kebutuhan kosmetik yang berkualitas dipengaruhi oleh harga jual yang terjangkau dengan kualitas produk terjamin baik untuk menjaga konsumennya agar setia menggunakan produk dari Wardah. Perusahaan diharapkan selalu memprioritaskan kepuasan pelanggan dalam setiap aktivitasnya, dengan tujuan agar pelanggan merasa puas dan menjadi loyal terhadap perusahaan. Dengan ini, penelitian bertujuan untuk: Menguji pengaruh antara citra merek, harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan produk Wardah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pelanggan produk Wardah di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan jumlah sampel 100 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji t, dan uji f dengan SPSS. Hasil dari analisis data tersebut mendapatkan hasil bahwa citra merek, harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dan menunjukkan hasil bahwa citra merek, harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara bersama-sama. Pada penelitian ini variabel yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan yaitu variabel citra merek, sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan perlu menjaga citranya dalam dunia pemasaran. Hasil penelitian ini secara praktis dapat menjadi acuan bagi peneliti lain yang ingin meneliti citra merek, harga, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan loyalitas pelanggan dan dapat menjadi acuan perusahaan untuk meningkatkan penjualan dari produk Wardah dalam memahami konsumen Wardah.

**Kata kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan.**

## **ABSTRACT**

*Wardah as one of the leading beauty products really needs to maintain customer loyalty to be able to survive in the midst of fierce competition in the world of cosmetics. The demand for quality cosmetic needs is influenced by affordable selling prices with guaranteed good product quality to keep consumers loyal to using products from Wardah. The company is expected to always prioritize customer satisfaction in every activity, with the aim that customers feel satisfied and become loyal to the company. With this, the study aims to: Examine the influence between brand image, price, product quality, and consumer satisfaction on customer loyalty of Wardah products in the Special Region of Yogyakarta. This study used a quantitative approach. The population used in this study is customers of Wardah products in the Special Region of Yogyakarta. The sampling technique uses the purposive sampling method with a sample of 100 people. Data collection techniques in this study with questionnaires. The data analysis techniques used are multiple linear regression analysis, t test, and f test with SPSS. The results of the data analysis found that brand image, price, product quality, and consumer satisfaction have a positive and significant effect on customer loyalty. And shows the results that brand image, price, product quality, and consumer satisfaction affect customer loyalty together. In this study, the most influential variable on customer loyalty is the brand image variable, so it can be said that companies need to maintain their image in the marketing world. The results of this study can practically be a reference for other researchers who want to examine brand image, price, product quality, consumer satisfaction, and customer loyalty and can be a reference for companies to increase sales of Wardah products in understanding Wardah consumers.*

**Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Consumer Satisfaction, Customer Loyalty.**