

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *CUSTOMER SATISFACTION*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY BRAND* WARDAH DI JABODETABEK**

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat Memperoleh Sarjana Terapan



**POLITEKNIK
TEMPO**

Disusun oleh:

FANNY DARA MARINDA (211210004)

Program Studi

MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL

POLITEKNIK TEMPO

2025



POLITEKNIK
TEMPO

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK TEMPO
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
INTERNASIONAL

Form
TA-15

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Customer Satisfaction*
Terhadap *Customer Loyalty Brand Wardah* di Jabodetabek

Nama : Fanny Dara Marinda

NIM : 211210004

Tugas Akhir ini telah dinyatakan lulus dalam sidang Tugas Akhir pada 10 Juni 2025 dihadapan penguji dan telah di revisi sesuai catatan Tim Penguji. Karena itu, penulis berhak memperoleh gelar Sarjana Terapan D4 (S.Tr.M) di bidang Manajemen.

Jakarta, 17 Juni 2025

Tanggal

Tanda Tangan

Ketua Program Studi

Nama Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.
NIDN. 0320058005

17/6/25

Penguji I

Nama Rahmi Utami, S.Sos., M.B.A.
NIDN. 0304028306

17/6/25

Penguji II

Nama Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M.
NIDN. 0320058005

17/6/25

Pembimbing I

Nama Indira Tribhuwana Tungga Dewi, S.E., M.M.
NIDN. 0312029401

17/6/2025

Pembimbing II

Nama Shalfi Andri, S.P., M.M.
NIDN. 0328087202

17/6/2025

Mengetahui,
Direktur Politeknik Tempo

Shalfi Andri, S.P., M.M
NIDN. 0328087202



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK TEMPO
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
INTERNASIONAL

Form
TA-10

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

“PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*, dan *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY BRAND* WARDAH DI JABODETABEK”

Disusun oleh :

Fanny Dara Marinda

211210004

Diterima dan Disetujui untuk dipertahankan pada Ujian Sidang Tugas Akhir

Menyetujui,

Jakarta, 2 Juni 2025

Pembimbing I

Indira Tribhuwana Tungga Dewi, SE., M.M

0312029401

Pembimbing II

Shalfi Andri, S.P., M.M.

0328087202

Menyetujui,

Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional

Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M

0306028803



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK TEMPO
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
INTERNASIONAL

Form
TA-16

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Fanny Dara Marinda

Tempat/Tanggal lahir : Kebumen, 09 Februari 2004

NIM : 211210004

Program Studi : Manajemen Pemasaran Internasional

Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Customer Satisfaction* Terhadap *Customer Loyalty Brand* Wardah di Jabodetabek

Dosen Pembimbing : 1. Indira Tribhuwana Tungga Dewi, SE., M.M.
2. Shalfi Andri, S.P., M.M.

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya buat benar-benar hasil karya sendiri dan saya bertanggung jawab secara akademis atas apa yang saya tulis.

Pernyataan ini dibuat sebagai salah satu syarat menempuh Ujian Tugas Akhir.

Jakarta, 2 Juni 2025

Mahasiswa Ybs,



Fanny Dara Marinda

211210004



**POLITEKNIK
TEMPO**

POLITEKNIK TEMPO

Gedung TEMPO Jl. Palmerah Barat No. 8 Jakarta 12210



021-5360409



admin@politekniktempo.ac.id



www.politekniktempo.ac.id

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Politeknik Tempo, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fanny Dara Marinda

NIM : 211210004

Prodi / Angkatan : Manajemen Pemasaran Internasional / 2021

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan Politeknik Tempo, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Tugas Akhir ☐ Laporan Penelitian ☐ Lain-lain (.....)

Yang berjudul : **PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY BRAND* WARDAH DI JABODETABEK**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan Politeknik Tempo berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Politeknik Tempo, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Juni 2025

Penulis,



(Fanny Dara Marinda)



**POLITEKNIK
TEMPO**

POLITEKNIK TEMPO

Gedung TEMPO Jl. Palmerah Barat No. 8 Jakarta 12210



021-5360409



admin@politekniktempo.ac.id



www.politekniktempo.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Nomor : 016/Poltem-Perpus/Plagiasi/VI/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reva Wijayanti, S.IP.

NIK : 22NA0020

Jabatan : Kepala Perpustakaan

Dengan ini kepala Perpustakaan Politeknik Tempo menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut :

Nama : Fanny Dara Marinda

NIM : 211210004

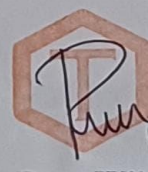
Prodi / Angkatan : Manajemen Pemasaran Internasional / 2021

Judul : **PENGARUH BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, DAN
CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY
BRAND WARDAH DI JABODETABEK**

Tugas akhir yang bersangkutan di atas telah melalui proses uji deteksi plagiasi menggunakan aplikasi *Turnitin* dengan hasil **28%** dan dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 30% sesuai dengan pedoman akademik yang berlaku pada setiap bab naskah skripsi/TA yang telah disusun. Surat keterangan ini digunakan sebagai persyaratan untuk sidang akhir dan pengurusan surat bebas pustaka.

Jakarta, 05 Juni 2025

Kepala Perpustakaan,



**POLITEKNIK
TEMPO**

Reva Wijayanti, S.IP.

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami hubungan antara *brand image* (1), *product quality* (2), dan *customer satisfaction* (3) terhadap *customer loyalty*. Data dikumpulkan melalui metode survei terhadap 271 responden perempuan berusia 20 hingga 24 tahun yang berdomisili di Jabodetabek. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh antar variabel tersebut menggunakan analisis regresi linier. Data dianalisis menggunakan SPSS 27, yang mencakup beberapa pengujian seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi), uji hipotesis (uji t), analisis regresi berganda, uji koefisien determinasi (R^2), dan analisis korelasi parsial. Untuk mengetahui pengaruh parsial dari masing-masing variabel independen terhadap loyalitas pelanggan, dilakukan uji t. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai t-hitung dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,971. Nilai t-hitung untuk brand image adalah 1,499, yang lebih rendah dari nilai t-tabel ($1,499 < 1,971$), sehingga brand image tidak memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sementara itu, nilai t-hitung untuk kualitas produk adalah 5,240 ($5,240 > 1,971$), dan untuk kepuasan pelanggan adalah 4,584 ($4,584 > 1,971$), yang keduanya melebihi nilai t-tabel, sehingga menunjukkan adanya pengaruh parsial yang signifikan. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak untuk variabel kualitas produk dan kepuasan pelanggan, namun diterima untuk variabel brand image.

Kata kunci: *brand image, product quality, customer satisfaction, customer loyalty, kosmetik Wardah*

ABSTRACT

This study aims to understand the relationships between brand image (1), product quality (2), and customer satisfaction (3) in relation to customer loyalty (4) for the Wardah brand in the Jabodetabek area. A quantitative research methodology is employed in this study. The data was collected using a survey method with 271 women respondents aged 20 to 24 who lived in Jabodetabek. The purpose of this research is to analyze the influence among these variables using linear regression analysis. The data was analyzed using SPSS 27, which included several tests such as validity testing, reliability testing, classical assumption testing (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, and autocorrelation test), hypothesis testing (T-test), multiple regression analysis, coefficient of determination (R^2), and partial correlation analysis. To determine the partial effect of each independent variable on customer loyalty, a t-test was conducted. The test results indicate that the t-count values are compared to the critical t-table value of 1.971. The t-count for brand image is 1.499, which is lower than the t-table value ($1.499 < 1.971$), indicating that brand image does not have a significant partial effect on customer loyalty. The t-count for product quality is 5.240 ($5.240 > 1.971$), and for customer satisfaction is 4.584 ($4.584 > 1.971$), both of which exceed the t-table value, thus showing a significant partial effect. Accordingly, the null hypothesis (H_0) is rejected for product quality and customer satisfaction, while it is accepted for brand image.

Keywords: *brand image, product quality, customer satisfaction, customer loyalty, Wardah*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi kita Nabi Muhammad SAW.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen Pemasaran Internasional Politeknik Tempo. Adapun judul skripsi penulis “Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty Brand Wardah* di Jabodetabek”.

Penulisan dan penelitian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari semua pihak secara moril maupun materi. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-sebesarannya kepada:

1. Bapak Shalfi Andri, S.P., M.M. selaku direktur Politeknik Tempo sekaligus dosen pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu dan memberikan pengarahan, bimbingan, memberi nasehat, petunjuk dan dorongan yang bermanfaat bagi penulisan skripsi ini.
2. Kak Indira Tribhuwana Tungga Dewi, SE., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, dan nasihat serta motivasi yang bermanfaat bagi penulisan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Ardiansyah, S.Kom., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional Politeknik Tempo yang telah memberikan motivasi kepada seluruh mahasiswa, sehingga termotivasi untuk menyelesaikan kewajiban sebagai mahasiswa.
4. Segenap Dosen Politeknik Tempo, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama menjalani perkuliahan.
5. Kedua orang tua tercinta, yaitu Ayah Indra Gunawan dan Bunda Marlina yang telah bekerja keras untuk memberikan pendidikan terbaik bagi anak-anaknya serta yang selalu memberikan motivasi, semangat dan doa yang tak hentinya selalu dipanjatkan. Semoga skripsi ini menjadi persembahan terindah untuk ayah, bunda dan keluarga tercinta.
6. Satya Wibowo Gunawan, saya ucapkan terima kasih kepada seseorang yang selalu menghibur saya dan menjadi teman di kala riuhnya proses pengerjaan ini, adik saya tercinta selalu support dan turut berkontribusi dalam hal konsumsi.

7. Sakti Aryasena saya ucapkan terima kasih kepada seseorang yang selalu mendampingi dengan ketulusan dan penuh dukungan, yang perannya begitu berarti dalam setiap langkah perjalanan ini dan selalu menghibur saya di kala riuhnya mengerjakan skripsi ini, serta selalu antusias terhadap progres saya.
8. Teruntuk Mutia Putri Aprilia saya ucapkan terima kasih karena telah membantu kesulitan-kesulitan dalam proses penulisan skripsi ini dan tentu support yang diberikan sangat membantu, semangat untuk proses pengerjaan skripsinya.
9. Dua sahabat saya, yaitu Deswina Anfarizi dan Ayu Nadia Irawan yang memberikan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini agar dapat terselesaikan tepat waktu.
10. Ghefira Raudlatul Jannah dan Devinta Nawang Permatasari, dua sahabat saya yang selalu menemani saat proses pengerjaan skripsi ketika saya berada di Kebumen dan senantiasa memberikan support kepada saya.
11. Alma Khairun Nisa, saya sangat berterima kasih karena telah menemani saat proses penulisan skripsi ini dan selalu memberikan motivasi kepada saya agar menyelesaikan skripsi tepat waktu.
12. Fadhil Adhiguna Wiryatama saya ucapkan terima kasih karena telah memberikan support dan juga motivasi terkait penulisan skripsi dari awal hingga akhir.
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyaknya kekurangan dalam penelitian ini, sehingga penulis menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun bagi penulis, Saya mempersembahkan karya ini, melalui lembaran-lembaran yang terbuka di depan Anda, saya berharap dapat berbagi gagasan, pengetahuan, dan pengalaman yang telah saya berikan dengan sepenuh hati dapat menjadi sumber referensi bagi pembaca.

Jakarta, 2 Juni 2025

Fanny Dara Marinda

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori	9
A.1 <i>Brand Image</i>	9
A.2 <i>Product Quality</i>	12
A.3 <i>Customer Satisfaction</i>	16
A.4 <i>Customer Loyalty</i>	19
B. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	23
C. Kerangka Berpikir	28
D. Hipotesis Pertanyaan Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Desain Penelitian	29
B. Tempat dan Waktu Penelitian	29
C. Populasi dan Sampel Penelitian	30
C.1 Populasi	30
C.2 Sampel	31

D. Definisi, Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	33
D.1 Definisi.....	33
D.1.2 Variabel Dependen	33
D.2 Operasional Variabel	34
D.3 Pengukuran Variabel.....	35
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	36
F. Teknik Analisis Data.....	37
F.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	37
F.2 Metode Analisis Deskriptif Persentase	38
F.3 Uji Asumsi Klasik	39
F.4 Uji Hipotesis	42
F.5 Uji Regresi	43
F.6 Analisis Korelasi.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Data Hasil Penelitian	46
B. Analisis Data / Pembahasan.....	46
B.1. Statistik Deskriptif.....	46
B.2. Hasil Pengujian Instrumen	49
B.3 Deskriptif Jawaban Responden	54
C.1 Uji Asumsi Klasik	62
D.1 Uji Hipotesis	65
E.1 Uji Regresi	67
F.1 Analisis Korelasi.....	68
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Implikasi.....	67
C. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data TOP BRAND Index Tahun 2020 – 2024	3
Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Relevan.....	23
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	30
Tabel 3.2 Operasional Variabel	33
Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert.....	35
Tabel 3.4 Kriteria Penskoran	38
Tabel 3.5 Pedoman menginterpretasikan koefisien korelasi	45
Tabel 4.1 Domisili Responden	47
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4.3 Pengguna Wardah	48
Tabel 4.4 Usia Responden.....	49
Tabel 4.5 Uji Validitas Tahap Riset	50
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	53
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel <i>Product Quality</i> (X2).....	53
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (X3)	54
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	54
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> (X1)	55
Tabel 4.11 Pernyataan Responden Variabel <i>Brand Image</i> (X1)	56
Tabel 4.12 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Product Quality</i> (X2)	57
Tabel 4.13 Pernyataan Responden Variabel <i>Product Quality</i> (X2)	58
Tabel 4.14 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (X3)	59
Tabel 4.15 Pernyataan Responden Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (X3).....	60

Tabel 4.16 Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y)	61
Tabel 4.17 Pernyataan Responden Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y)	62
Tabel 4.18 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	63
Tabel 4.19 Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.20 Uji Autokorelasi.....	66
Tabel 4.21 Uji Parsial (Uji T).....	67
Tabel 4.22 Model Summary (Koefisien Determinasi R^2)	69
Tabel 4.22 Korelasi Parsial	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data TOP BRAND INDEX Kategori Lipstik Tahun 2021-2025	4
Gambar 1.2 Data TOP BRAND INDEX Kategori Foundation Tahun 2021-2025	5
Gambar 1.3 Data Survei Populix.....	7
Gambar 3.1 Data Wanita Usia 20-24 Tahun di Jabodetabek.....	31
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	28
Gambar 4.1 Uji Heteroskedestisitas	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Penulis

Lampiran 2 Hasil Turnitin

Lampiran 3 Lembar Bimbingan dengan Dosen Pembimbing 1

Lampiran 4 Lembar Bimbingan dengan Dosen Pembimbing 2

Lampiran 5 Bukti Submit Jurnal

Lampiran 6 Pernyataan Kuesioner

Lampiran 7 Hasil Kuesioner

Lampiran 8 Tabulasi Data