

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN  
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
DALAM MEMBENTUK LOYALITAS KONSUMEN  
PASTA GIGI PEPSODENT DI SURABAYA**



**OLEH:  
MONICA SYLVIA HANDIWIJAYA  
3103012059**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2016**

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN  
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
DALAM MEMBENTUK LOYALITAS KONSUMEN  
PASTA GIGI PEPSODENT DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

MONICA SYLVIA HANDIWIJAYA

3103012059

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2016

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN  
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
DALAM MEMBENTUK LOYALITAS KONSUMEN  
PASTA GIGI PEPSODENT DI SURABAYA**

Oleh:

Monica Sylvia Handiwijaya

3103012059

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing I,



Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM

Tanggal: 14/1/16

Dosen Pembimbing II,



Robertus Sigit H, SE. M.Sc

Tanggal: 14/01/2016

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Monica Sylvia Handiwijaya, NRP. 3103012059  
Telah diuji pada tanggal 29 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji.

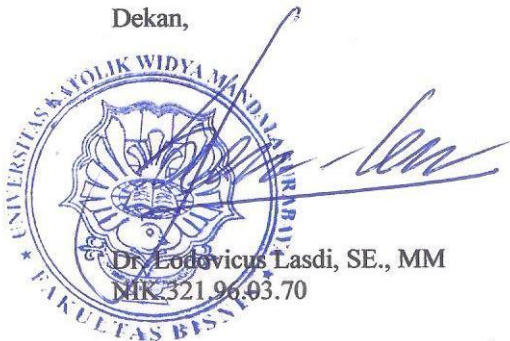
Ketua Tim Penguji:



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)  
NIK.311.89.0163


Mengetahui:

Dekan,



Dr. Ludovicus Lasdi, SE., MM  
NIK.321.96.03.70

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.  
NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Monica Sylvia Handiwijaya

NRP : 3103012059

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Loyalitas Konsumen Pasta Gigi Pepsodent Di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta. Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Januari 2016



Monica Sylvia Handiwijaya

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas seluruh rahmat dan berkat penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya guna meraih gelar Sarjana Ekonomi. Melalui skripsi ini pula diharapkan dapat memberikan masukan dan manfaat kepada seluruh pihak yang berkaitan, terutama bagi para pelaku di industri *consumer goods* guna meningkatkan fungsi manajemen pemasarannya.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari usaha, bimbingan, kritik, saran, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan kali ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, serta saudara-saudara yang telah memberikan doa, perhatian, dukungan, motivasi dan semangat dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan banyak dukungan, bantuan dan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan serta saran yang membangun dan bermanfaat kepada penulis hingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan banyak dukungan, bantuan dan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan serta saran yang membangun dan bermanfaat kepada penulis hingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Seluruh dosen, staf pengajar dan karyawan Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah berjasa atas segala proses perkuliahan dan kelancaran penulisan skripsi.
5. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen yang telah membangun semangat kekeluargaan pada penulis.
6. Teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2012, khususnya dari konsentrasi Pemasaran yang telah melewati masa studi bersama baik suka maupun duka.
7. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu memberikan motivasi dan dukungan yang luar biasa, Dian Chris Wilianto, Hagi Pranata, Agatha Audiana Soesilo dan Yenny Edison Tamara.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karenanya, penulis akan menerima dengan baik segala saran dan kritik yang diberikan. Semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Surabaya, 14 Januari 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.5. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	9
2.2. Landasan Teori .....	11
2.2.1. Citra Merek .....	11
2.2.2. Kualitas Produk .....	12
2.2.3. Harga .....	14
2.2.4. Keragaman Produk .....	15
2.2.5. Kepuasan Konsumen .....	16
2.2.6. Loyalitas Konsumen .....	18



2.3. Hubungan Antar Variabel .....	19
2.3.1. Hubungan Citra Merek dan Kepuasan Konsumen ..	19
2.3.2. Hubungan Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen.....	20
2.3.3. Hubungan Harga dan Kepuasan Konsumen .....	20
2.3.4. Hubungan Keragaman Produk dan Kepuasan Konsumen.....	21
2.3.5. Hubungan Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen.....	21
2.3.6. Hubungan Citra Merek dan Loyalitas Konsumen ...	22
2.3.7. Hubungan Kualitas Produk dan Loyalitas Konsumen.....	22
2.3.8. Hubungan Harga dan Loyalitas Konsumen .....	23
2.3.9. Hubungan Keragaman Produk dan Kepuasan Konsumen.....	23
2.4. Model Penelitian .....	24
2.5. Hipotesis Penelitian.....	24
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis Penelitian.....	26
3.2. Identifikasi Variabel.....	26
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	26
3.3.1. Citra Merek.....	27
3.3.2. Kualitas Produk .....	27
3.3.3. Harga .....	28
3.3.4. Keragaman Produk .....	28
3.3.5. Kepuasan Konsumen .....	28
3.3.6. Loyalitas Konsumen .....	29
3.4. Pengukuran Variabel.....	29

3.5. Jenis dan Sumber Data .....	30
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	30
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	30
3.7.1. Populasi .....	30
3.7.2. Sampel.....	30
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel .....	31
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	31
3.8.1. Uji Validitas .....	31
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	32
3.9. Teknik Analisis Data.....	32
3.9.1. Uji Normalitas Data.....	33
3.9.2. Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	33
3.10. Kecocokan Model Struktural.....	35
3.11. Uji Hipotesis.....	35
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Deskripsi Responden.....	36
4.2. Deskripsi Data.....	38
4.3. Analisis Data .....	43
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
4.3.2. Uji Normalitas .....	46
4.3.3. Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	48
4.3.4. Uji Kecocokan Model Struktural.....	49
4.3.5. Pengujian Hipotesis .....	51
4.4. Pembahasan.....	53
4.4.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	53
4.4.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	54

4.4.3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen ....	54
4.4.4. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	55
4.4.5. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	55
4.4.6. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	56
4.4.7. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	56
4.4.8. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen .....	56
4.4.9. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	57
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Simpulan .....	58
5.2. Saran .....	59
5.2.1. Saran Teoritis .....	59
5.2.2. Saran Praktis.....	59
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Perbandingan TBI Pasta Gigi Periode 2013-2015.....	5
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini .....	10
Tabel 3.1. Uji Kecocokan <i>Goodnes of Fit Index</i> .....	34
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal ...	36
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	36
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent .....	37
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Pasta Gigi Pepsodent.....	37
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	37
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	38
Tabel 4.7. Interval Rata-Rata Nilai .....	38
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek (CM).....	39
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk (KP) .....	39
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel Harga (H).....	40
Tabel 4.11. Statistik Deskriptif Variabel Keragaman Produk (RP) ....	41
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (KK).	41
Tabel 4.13. Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen (LK).	42
Tabel 4.14. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian .....	43
Tabel 4.15. Data Perhitungan Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.16. Hasil Uji Reliabilitas .....	46
Tabel 4.17. Hasil Uji Normalitas Univariat .....	47
Tabel 4.18. Hasil Uji Normalitas Multivariat.....	47

Tabel 4.19.	Hasil Uji <i>Goodness of Fit Index</i> .....	48
Tabel 4.20.	Hasil Uji Hipotesis .....	51

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian.....	24

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2A. Karakteristik Responden
- Lampiran 2B. Jawaban Responden untuk Citra Merek dan Kualitas Produk
- Lampiran 2C. Jawaban Responden untuk Harga dan Keragaman Produk
- Lampiran 2D. Jawaban Responden untuk Kepuasan dan Loyalitas Konsumen
- Lampiran 3. Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Output SEM
- Lampiran 7. Path Diagram

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN  
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
DALAM MEMBENTUK LOYALITAS KONSUMEN  
PASTA GIGI PEPSODENT DI SURABAYA**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari citra merek, kualitas produk, harga, dan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen dalam membentuk loyalitas konsumen pasta gigi Pepsodent di Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebagai data primer. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 180 responden, dan kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis structural equation modeling untuk mengetahui pengaruh antara variabel penelitian dengan menggunakan program LISREL 8.70.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel, yaitu citra merek, kualitas produk, harga dan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan pasta gigi Pepsodent. Masing-masing variabel ini pula memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pengguna pasta gigi Pepsodent di Surabaya.

Kata kunci: Citra merek, kualitas produk, harga, keragaman produk, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.



**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, PRICE,  
PRODUCT DIVERSITY TO CUSTOMER SATISFACTION  
IN ESTABLISHING CUSTOMERS LOYALTY OF  
PEPSODENT TOOTHPASTE IN SURABAYA**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of brand image, product quality, price, product diversity to customer satisfaction in establishing customers loyalty of Pepsodent toothpaste in Surabaya. This research conducted by distributing questionnaires as the primary data. Samples used in this research were 180 respondents, which then analyzed using structural equation modeling method to determine the effect between the study variables through LISREL 8.70.*

*The results of the study showed that each variables such as: brand image, product quality, price and product diversity have a significantly influence toward customer satisfaction which has using Pepsodent toothpaste. Each of these variables also have a significant impact on customer loyalty of Pepsodent toothpaste in Surabaya.*

*Keywords: Brand image, product quality, price, product diversity, customer satisfaction, customer loyalty.*