

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
PARFUM “VICTORIA SECRET” DI SURABAYA**



OLEH:
REVANI
3103011038

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN PARFUM “VICTORIA SECRET” DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh :

REVANI

3103011038

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN PARFUM “VICTORIA SECRET” DI SURABAYA**

Oleh :

Revani

3103011038

Telah disetujui dan diterima dengan baik
untuk diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Drs. Ec. N. Agus Sunarjanto,MM

Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol,MM

Tanggal : 9/2/2016

Tanggal : 5/2/2016

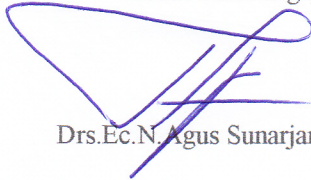
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : REVANI

NRP : 3103011038

Telah diuji pada tanggal 22 Maret 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Drs. Ec. N. Agus Sunarjanto, MM

NIK 311.92.0194

Mengetahui:

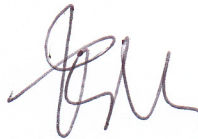
Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA.

NIK 321.99.0370



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

NIK 311.99.0369

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Revani

NRP : 3103011038

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap
Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan parfum “Victoria Secret” di
Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis
saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia
menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini
dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library*
Perpustakaan Unika 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, Februari 2016

Yang Menyatakan,



(Revani)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala penyertaan dan kasih Karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan parfum “Victoria Secret” di Surabaya”. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah memenuhi persyaratan kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyusunan dan penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan banyaknya kekurangan mulai dari waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE.,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Drs. Ec. N. Agus Sunarjanto,MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta memberikan banyak masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.

5. Ibu Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta memberikan banyak masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Ibu DR.C. Erna Susilowati, M.Si., selaku dosen wali yang telah mendampingi penulis selama proses perkuliahan, serta membantu dalam membimbing dengan berbagai masukan yang penting dalam penyelesaian skripsi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
7. Ibu Dr. Christina Esthi Susanti, MM., CPM (AP)., dan Ibu Maria M. Kristanti, SE., MM., Bapak Hendro Susanto, SE., MM., selaku Dosen Rumpun Pemasaran Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mengajarkan berbagai ilmu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis selama proses perkuliahan di Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
9. Terima kasih juga kepada keluarga tercinta, khususnya Papa, Mama, serta kakak tercinta Andrias yang telah memberikan banyak *support* baik material dan moral serta tidak lupa untuk selalu mendoakan kelancaran dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
10. Teman-teman saya Josephine dan Dessy yang selalu menyupport saya, kita berjuang bersama-sama dan saling tolong menolong untuk menyelesaikan skripsi kami masing-masing.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat memberikan masukan positif. Dengan segala kekurangan serta pengalaman yang ada, penulis bersedia menerima saran serta kritik dari para pembaca.

Surabaya, Februari 2016

Penulis

Revani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Produk	12
2.2.2 Kualitas Produk	14
2.2.3 Merek	19
2.2.4 Citra Merek	21
2.2.5 Kepuasan Pelanggan	25

2.2.6	Loyalitas Pelanggan	28
2.2.7	Pengaruh Antar Variabel	32
2.3	Model Penelitian	36
2.4	Hipotesis	36
BAB 3.	METODE PENELITIAN	38
3.1	Desain Penelitian	38
3.2	Identifikasi Variabel	38
3.3	Definisi Operasional Variabel	38
3.4	Jenis dan Sumber Data	41
3.5	Pengukuran Variabel	41
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data	42
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	42
3.8	Teknik Analisis Data	44
3.8.1	Uji Normalitas	45
3.8.2	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	45
3.8.3	Uji Kecocokan Model Pengukuran	47
3.8.4	Uji Kecocokan Model Struktural	48
3.8.5	Uji Hipotesis	49
BAB 4.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
4.1	Karakteristik Responden	50
4.2	Statistika Deskriptif Variabel Penelitian	54
4.3	Uji Asumsi Structural Equation Modelling (SEM)	61
4.3.1	Pengujian Asumsi Normalitas	61
4.3.2	Uji Validitas	64
4.3.3	Uji Reliabilitas	65
4.3.4	Evaluasi Kecocokan Model	67
4.3.5	Pengujian Hipotesis	69
4.3.6	Uji Kecocokan Model	70

4.4 Pembahasan	71
4.4.1 Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan	71
4.4.2 Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan	72
4.4.3 Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan	73
4.4.4 Citra Merek Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	74
4.4.5 Citra Merek Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan	75
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Simpulan	77
5.2 Saran	77

DAFTAR KEPUSTAKAAN.

LAMPIRAN.

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini ..	11
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	53
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	54
Tabel 4.6 Interval Penilaian	55
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	55
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	57
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	58
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	60
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	61
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.15 Pengujian Hipotesis	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	36

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian
- Lampiran 4. Uji Normalitas
- Lampiran 5. Output Lisrel
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Output Gambar Estimates
- Lampiran 8. Output Gambar Standardized Solution
- Lampiran 9. Output Gambar T.value

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PARFUM “VICTORIA SECRET” DI SURABAYA

ABSTRAK

Kualitas Produk dan Citra Merek merupakan factor penting bagi konsumen untuk memperoleh Kepuasan dan menciptakan Loyalitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan parfum Victoria Secret di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 150 responden yang pernah membeli dan menggunakan parfum Victoria Secret, baik di Plaza Tunjungan maupun di Mall Galaxy Surabaya, minimal 3x dalam setahun terakhir, berjenis kelamin wanita, dan berumur minimum 18 tahun. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* dengan menggunakan program LISREL.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Citra Merek; Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan.

**THE EFFECTS OF *PRODUCT QUALITY* AND *BRAND IMAGE*
TOWARDS *CUSTOMER SATISFACTION* AND *CUSTOMER*
LOYALTY AT VICTORIA SECRET'S CONSUMER IN
SURABAYA**

ABSTRACT

Product Quality and brand image is an important factor for consumers to obtain satisfaction and creating loyalty. This study aims to determine the effect of Brand Image and Product Quality to Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Victoria's Secret perfume in Surabaya.

This research uses a causal research. The sampling technique using a non-probability sampling with purposive sampling. The sample used in this research are 150 respondents who have bought and used perfume Victoria's Secret, both in Plaza Tunjungan and in Galaxy Mall Surabaya, at least 3 times in the last year, female, and aged at least 18 years. Data collection tool was a questionnaire. The data analysis technique used is by using the Structural Equation Model with LISREL program.

Results of the study found that Product Quality had positive effect and significant on Customer Satisfaction, Product Quality had positive effect and significant on Customer Loyalty, Customer Satisfaction had positive and significant effect on Customer Loyalty, Brand Image had positive effect and significant on Customer Satisfaction, and Brand Image had positive effect and significant on Customer Loyalty.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.