

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(STUDI KASUS PADA *BRAND SKINCARE* LOKAL)**

**ESA SEKAR HASTARI**

**1707618025**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Proposal Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas  
Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2023**

**THE EFFECT OF BRAND TRUST AND PRODUCT QUALITY  
ON CONSUMER LOYALTY THROUGH CONSUMER  
SATISFACTION AS MEDIATION VARIABLES (CASE STUDY  
ON LOCAL SKINCARE BRANDS)**

**ESA SEKAR HASTARI**

**1707618025**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**The Research Proposal was Written as One of the Requirements to Obtaining  
a Bachelor of Education Degree at Faculty of Economics, State University of  
Jakarta**

**STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

**2023**

## ABSTRAK

**ESA SEKAR HASTARI.** Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada *Brand Skincare* Lokal): Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2023.

Tujuan utama penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada *brand skincare* lokal. Metode *purposive sampling* dipakai sebagai cara untuk mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarluaskan secara *online* menggunakan skala Likert 1-5. Sampel yang terkumpul sejumlah 220 responden dengan kriteria pernah membeli dan menggunakan produk *skincare* Somethinc minimal 3 dalam 6 bulan terakhir dengan usia lebih dari 17 tahun dan berdomisili di DKI Jakarta. Pengolahan data dijalankan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 untuk uji validitas dan reliabilitas sedangkan perangkat lunak Amos untuk uji hipotesis dan kelayakan model. Berdasarkan hasil yang telah dianalisis, dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh antara kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen.

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

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of brand trust and product quality on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable for Somethinc a local skincare brand in DKI Jakarta. A purposive sampling method are used to collect data through questionnaires distributed online using a Likert scale of 1-5. The sample collected was 220 respondents with the criteria of having purchased and used at least 3 Somethinc skincare products in the last 6 months, aged more than 17 years and domiciled in DKI Jakarta. Data processing was carried out using SPSS software version 25 to test the validity and reliability, meanwhile Amos software is for the hypothesis test and fit model test. Based on the analyzed data it can be seen that there is an influence between brand trust on customer satisfaction, product quality on customer satisfaction, customer satisfaction on customer loyalty, brand trust on customer loyalty through customer satisfaction, product quality on customer loyalty through customer satisfaction, brand trust on customer loyalty and product quality on customer loyalty.*

*Keywords: brand trust, product quality, customer satisfaction, customer loyalty*

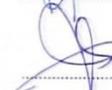


LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggungjawab Dekan  
Fakultas Ekonomi

Prof. Dr. Ari Santono, M.Pd.  
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Ika Febrilia, SE, MM</u> NIP. 198702092015042001 (Ketua Penguji)		27-02-2023
2	<u>Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D</u> NIP. 197412212008121001 (Penguji 1)		27-02-2023
3	<u>Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd</u> NIP. 198802142022032001 (Penguji 2)		27-02-2023
4	<u>Prof. Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011 (Pembimbing 1)		27-02-2023
5	<u>Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM</u> NIDN 0002038107 (Pembimbing 2)		27-02-2023

Nama : Esa Sekar Hastari  
No. Registrasi : 1707618025  
Program Studi : Pendidikan Bisnis  
Tanggal Lulus : 26 Januari 2023

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 20 Februari 2023  
Yang membuat pernyataan



Esa Sekar Hastari

NIM. 1707618025

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan kasih sayang-Nya yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada *Brand Skincare* Lokal)”.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar S1 Pendidikan, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini, banyak rintangan yang penulis hadapi. Namun, berkat do'a dan usaha serta perjuangan juga bantuan dari banyak pihak, penulis mendapat banyak bantuan yang memudahkan untuk menulis skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ari Saptono, SE. M.Pd. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd. Selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
3. Prof. Dr. Corry Yohana, MM. Selaku Dosen Pembimbing I skripsi yang telah memberikan ilmu, membimbing, memberi saran dan perbaikan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing II skripsi yang telah memberikan ilmu, membimbing, memberi saran dan perbaikan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Keluarga yang saya cintai, Sujito dan Almh. Sri Wahyuti yang telah berjasa mendoakan dan memberikan motivasi dan Ario Tegar Sujiwo yang turut mendoakan saya.
6. Teman-teman seperjuangan saya Ajki, Cinuy, Vini, Miranti, Nata, dan Bunga yang telah membantu saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Kepada Salmiyati (Nenek) dan Isroatus Sholichah (bibi) terima kasih telah turut serta memberikan banyak saran dan dorongan untuk terus berkembang.

8. Keluarga besar Program Studi S1 Pendidikan Bisnis untuk setiap bantuannya.
9. Konsumen *skincare* Somethinc di DKI Jakarta sebagai responden yang sudah meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner riset ini.
10. Semua pihak yang telah membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini dan mengucapkan terima kasih kepada para pembaca atas partisipasinya untuk memperbaiki skripsi ini. Semoga penelitian ini memiliki manfaat pengetahuan serta pemahaman bagi para pembaca.

Jakarta, Desember 2022



Peneliti

