

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

SANKLARIA APRIANA

8215165302



Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
KONSENTRASI PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND PRICE ON
PANTENE CUSTOMER LOYALTY***

SANKLARIA APRIANA

8215165302



Thesis is Written as One of The Requirement For Getting a Bachelor Degree of Economics

STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT

MARKETING CONCENTRATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2018

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingkat persaingan dalam dunia usaha di Indonesia yang semakin ketat pada era globalisasi seperti sekarang ini. Salah satu produk yang dipersaingkan oleh para produsen di era ini adalah produk shampo. Shampo merupakan sebuah produk kecantikan yang digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat dan memiliki peranan penting dalam menjaga kesehatan juga kebersihan rambut. PT. P&G Indonesia memproduksi sebuah shampo yang diberi nama Pantene. Pantene merajai pasar Indonesia pada tahun 2016-2018 menurut *Top Brand Index* (TBI), namun terdapat keluhan dari pengguna Pantene mengenai kualitas produk yang kurang baik, citra merek dan harga. Apabila hal ini tidak segera diatasi maka Pantene dapat terpuruk, karena sekarang ini semakin banyak merek produk perawatan rambut yang beredar di pasaran yang memiliki kemungkinan besar untuk menggeser kedudukan popularitas Pantene di Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap loyalitas konsumen produk Pantene. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability* sampling kepada 150 orang sampel yang merupakan pengguna Pantene dengan menggunakan metode *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek dan harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pada penelitian ini, untuk menghitung data peneliti menggunakan menggunakan SPSS 24.

Kata kunci : Kualitas produk, citra merek, harga, loyalitas konsumen

ABSTRACT

This research is motivated by the level of competition in the business field in Indonesia that is more getting strict in this globalization era. One product that has been competed by the manufacturer in this era is the shampoo product. Shampoo is a beauty product used by all the society, Shampoo has an important role in helping to keep your hair healthy and clean. P&G Indonesian Company has produced a Shampoo named Pantene. Pantene has leading the Indonesian market share in 2016 – 2018 regarding Top Brand Index (TBI), but there are few complaints from customers about the product quality, brand image and price. If it is not immediately fixed, then Pantene will be fall down. Wherefore, there are so many brands on the market that are most likely to shift the position of Pantene popularity in Indonesia nowadays.

This research aims to detect the influence of product quality, brand image and price for Pantene's customer loyalty. This research is used non-probability sampling to 150 samples which were customer of Pantene and used purposive sampling method.

The results show product quality, brand image and price a positive and significant effect for customer loyalty. This research used SPSS version 24 for data analysis.

Key Words : *Product quality, brand image, price, customer loyalty*



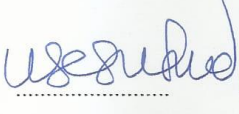


LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1 001	Ketua Penguji		9 Agustus 2018
2. <u>Shandy Aditya, BIB, M.PBS</u> NIP. 8817860018	Sekretaris		9 Agustus 2018
3. <u>Usep Suhud, M.Si, Ph.D</u> NIP. 19700212 200812 1 001	Penguji Ahli		10 Agustus 2018
4. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119 199203 2 001	Pembimbing I		9 Agustus 2018
5. <u>Andrian Haro, S.Si, MM</u> NIP. 19850924 201404 1 002	Pembimbing II		9 Agustus 2018

Tanggal Lulus : 1 Agustus 2018

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

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

Jakarta, April 2018

Yang membuat pernyataan,



METERAI
TEMPEL
KCD2AF-169072600
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Sanklaria Apriana
NIM. 8215165302

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sebab kamu tahu, bahwa ujian terhadap imanmu itu menghasilkan ketekunan. Dan biarkanlah ketekunan itu memperoleh buah yang matang, supaya kamu menjadi sempurna dan utuh dan tak kekurangan suatu apapun”

(Yakobus 1: 3-4)

“TUHAN inginn saya melihat dari perspektif yang DIA mau. Untuk mengalami kuasa kesembuhan, harus lewat proses yang namanya Sakit”

(Sanklaria Ara)

“ I don't stop when I'am tired. I stop when I'am done”

(Sanklaria Ara)

Saya persembahkan skripsi ini kepada orang yang paling saya kasihi didunia ini, Bapak dan Mama, yang selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk saya. Doa, motivasi dan kasih

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN”

Tidak sedikit pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku pembimbing satu penelitian skripsi ini.
2. Andrian Haro, S.Si., M.M. selaku pembimbing dua penelitian skripsi ini sekaligus selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Dedi Purwana E. S, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan serta nasihat yang membangun kepada penulis.
5. Kedua orang tua penulis. Mama dan Bapa, keduanya juara satu dalam memberikan cinta kasih. Yang selalu membimbing dan tidak pernah henti dalam mendoakan, mendukung, memberi inspirasi dan motivasi, serta selalu menjadi pendengar keluh kesah penulis.
6. Ka Nova, Bang David, Bangemon, Gita, Aaron dan Abner yang selalu menyemangati penulis dan selalu memotivasi penulis. Selalu menjadi orang-orang yang siap dalam menghibur penulis.
7. Teman-teman penulis, yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah menjadi tim sorak yang selalu menyemangati penulis.

8. Teman-teman seperjuangan di kelas Alih Program S1 Manajemen 2016, terimakasih atas kerjasamanya.
9. Serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi material maupun penyajian. Demi perbaikan selanjutnya, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Terakhir penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan hal yang bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan khususnya bagi penulis juga.

Jakarta, 5 April 2018

Penulis