



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PRODUK SKINCARE MS GLOW**

**SKRIPSI**

**RADITYA RACHMAN      2210111208**

**PROGRAM STUDI PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2025**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PRODUK SKINCARE MS GLOW**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**RADITYA RACHMAN                      2210111208**

**PROGRAM STUDI PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2025**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Raditya Rachman

NIM. : 2210111208

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 6 Oktober 2025  
Yang menyatakan,



RADITYA RACHMAN

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

|               |                      |
|---------------|----------------------|
| Nama          | : Raditya Rachman    |
| NIM           | : 2210111208         |
| Fakultas      | : Ekonomi dan bisnis |
| Program Studi | : S1 Manajemen       |
| Jenis Karya   | : Skripsi            |

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK SKINCARE MS GLOW**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

|              |              |
|--------------|--------------|
| Dibuat di    | : Jakarta    |
| Pada tanggal | : 17 Januari |



(Raditya Rachman)

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PRODUK *SKINCARE* MS GLOW**

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**RADITYA RACHMAN 2210111208**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 9 Desember 2025  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Prof.Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP.  
Ketua Penguji**



**Dr. Alfatih S. Manggabarani, S.E., M. Si.  
Penguji I**



**Dr. Jubaedah, S.E., M.M.  
Dekan**



**Dra. Pusporini, M.M.  
Penguji II**



**Siti Hidayati, S.E., M.M.  
Koordinator Program Studi**

**Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 9 Desember 2025**

## BERITA ACARA



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR  
SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Selasa, tanggal 9 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas

Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Raditya Rachman

NIM : 2210111208

Program Studi : Manajemen S1

Judul Tugas Akhir :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK SKINCARE MS GLOW

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus/Sidang Ulang\**, dengan Nilai Rata-Rata .....  
dan Nilai Huruf .....

Tim Penguji

| No | Dosen Penguji                             | Jabatan        | Tanda Tangan |
|----|-------------------------------------------|----------------|--------------|
| 1  | Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM,<br>CFMP | Ketua          |              |
| 2  | Dr. Alfatih Manggabarani, S.E., M.Si      | Anggota I      |              |
| 3  | Dra. Pusporini, MM                        | Anggota II **) |              |

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu  
\*\*) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A  
80 - 84.99 = A-  
75 - 79.99 = B+  
70 - 74.99 = B  
65 - 69.99 = B-  
60 - 64.99 = C+  
55 - 59.99 = C  
40 - 54.99 = D  
0 - 39.99 = E

Jakarta, 9 Desember 2025

Mengesahkan  
a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang maha esa sehingga penulis dapat menyelesaikan Usulan Penelitian berjudul ***“PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK SKINCARE MS GLOW”*** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, doa, dan bimbingan selama proses penyusunan usulan penelitian ini:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penulisan usulan penelitian ini.
2. Ibu Dr. Dewi Cahyani Pangestuti, SE., MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen sekaligus Dosen Pembimbing Akademik penulis, yang senantiasa memberikan arahan serta motivasi dalam proses penyusunan penelitian ini.
3. Ibu Siti Hidayati, SE., MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan dukungan dan pengarahan berharga selama proses penulisan penelitian ini.
4. Ibu Dra. Pusporini, MM., selaku Dosen Pembimbing, yang dengan sabar memberikan bimbingan, nasihat, dan masukan yang sangat membantu penulis hingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lebih baik.
5. Bapak Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP selaku ketua penguji Ibu yang dengan sabar memberikan bimbingan, nasihat, dan masukan yang sangat membantu penulis hingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lebih baik.
6. Ibu Dr Alfatih S. Manggabarani, S.E., M.SI selaku ketua penguji yang sudah saya anggap ibu sendiri selama masa perkuliahan dan dengan sabar memberikan bimbingan, nasihat, dan masukan yang sangat membantu penulis hingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lebih baik.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta, atas ilmu, pengalaman, dan wawasan yang telah dibagikan selama proses perkuliahan sehingga menjadi bekal penting bagi penulis.
8. Orang tua penulis ayah dan mama dalam dukungan moral dan materiil, serta doa yang tiada putus hingga penulis dapat sampai pada tahap ini.
9. Yasmin salsabila azizah, kekasih penulis, yang selalu hadir menemani, membantu, serta memberikan semangat dan dorongan positif di setiap tahap proses penulisan ini.
10. Sahabat penulis, khususnya keluarga dusun dalam menempuh perkuliahan selama 3,5 tahun
11. Teman-teman yang menemani proses menulis: Vanka, agil, Raihan, Najwa, Fatra, damar, yesi, fina, sandy, sandya, pancil, belva atas kebersamaan,

bantuan, serta motivasi yang membuat penulis tetap bersemangat menyelesaikan penelitian ini.

12. Teman-teman manajemen Kelas “E” Yang sudah menemani semester 1 dan 2

Penulis menyadari bahwa usulan penelitian ini masih memiliki kekurangan dan memerlukan perbaikan. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang.

Jakarta, 7 Oktober 2025

Raditya Rachman



## DAFTAR ISI

|                                                             |               |
|-------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL .....</b>                                 | <b>i</b>      |
| <b>HALAMAN JUDUL.....</b>                                   | <b>ii</b>     |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>                         | <b>iii</b>    |
| <b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>                | <b>iv</b>     |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                              | <b>iv</b>     |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                        | <b>vi</b>     |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                         | <b>vii</b>    |
| <b>BERITA ACARA.....</b>                                    | <b>viii</b>   |
| <b>PRAKATA .....</b>                                        | <b>ix</b>     |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                      | <b>xi</b>     |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                   | <b>xiii</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                   | <b>xiv</b>    |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                | <b>xv</b>     |
| <br><b>BAB I      PENDAHULUAN.....</b>                      | <br><b>1</b>  |
| 1.1. Latar Belakang .....                                   | 1             |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                                  | 9             |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....                                 | 10            |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....                                | 10            |
| 1.4.1. Manfaat Teoritis .....                               | 10            |
| 1.4.2. Manfaat Praktis .....                                | 11            |
| <br><b>BAB II      TINJAUAN PUSTAKA .....</b>               | <br><b>12</b> |
| 2.1. Landasan Teori (pengertian, indikator, definisi) ..... | 12            |
| 2.1.1. Pemasaran .....                                      | 12            |
| 2.1.2. Perilaku konsumen .....                              | 13            |
| 2.1.3. Loyalitas Pelanggan.....                             | 14            |
| 2.1.4. Kualitas Produk.....                                 | 16            |
| 2.1.5. Citra Merek.....                                     | 17            |
| 2.1.6. Kepercayaan Merek.....                               | 19            |
| 2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....                       | 20            |
| 2.3. Model Penelitian .....                                 | 29            |
| 2.3.1. Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan .....   | 30            |
| 2.3.2. Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....        | 30            |
| 2.3.3. Kepercayaan merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....  | 31            |
| <br><b>BAB III      METODE PENELITIAN .....</b>             | <br><b>33</b> |
| 3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....     | 33            |
| 3.1.1. Pengertian operasional.....                          | 33            |
| 3.1.2. Pengukuran Variabel.....                             | 34            |
| 3.2. Populasi dan Sampel.....                               | 34            |
| 3.2.1. Populasi .....                                       | 34            |
| 3.2.2. Sampel .....                                         | 35            |
| 3.3. Teknik Pengumpulan Data .....                          | 36            |
| 3.3.1. Jenis Data.....                                      | 36            |

|                             |                                                               |           |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.3.2.                      | Sumber data .....                                             | 36        |
| 3.3.3.                      | Pengumpulan data .....                                        | 37        |
| 3.4.                        | Teknik Analisis Data.....                                     | 38        |
| 3.4.1.                      | Teknik Analisis Deskriptif.....                               | 38        |
| 3.4.2.                      | Teknik Analisis Inferensial.....                              | 40        |
| 3.4.2.1                     | Uji Validitas .....                                           | 44        |
| 3.4.2.2                     | Uji Reliabilitas .....                                        | 45        |
| 3.4.2.3                     | Uji R Square (Koefisien Determinasi) .....                    | 46        |
| 3.4.2.4                     | Uji Q Square ( <i>Predictive Relevance</i> ) .....            | 46        |
| 3.4.2.5                     | Pengujian Hipotesis ( <i>Resampling Bootstrapping</i> ) ..... | 46        |
| 3.5.                        | Uji Hipotesis .....                                           | 47        |
| <b>BAB IV</b>               | <b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                             | <b>49</b> |
| 4.1.                        | Deskripsi Obyek Penelitian .....                              | 49        |
| 4.2.                        | Deskripsi Data Penelitian.....                                | 50        |
| 4.2.1.                      | Analisis Data Deskriptif.....                                 | 52        |
| 4.3.                        | Uji Hipotesis dan Analisis .....                              | 56        |
| 4.3.1.                      | Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....                  | 57        |
| 4.3.2.                      | Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....                 | 61        |
| 4.4.                        | Pembahasan .....                                              | 65        |
| 4.4.1.                      | Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan .....   | 65        |
| 4.4.2.                      | Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan .....       | 67        |
| 4.4.3.                      | Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan ..... | 68        |
| <b>BAB V</b>                | <b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>                               | <b>70</b> |
| 5.1.                        | Simpulan.....                                                 | 70        |
| 5.2.                        | Keterbatasan Penelitian.....                                  | 71        |
| 5.3.                        | Saran.....                                                    | 72        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> |                                                               | <b>75</b> |
| <b>RIWAYAT HIDUP</b>        |                                                               |           |
| <b>LAMPIRAN</b>             |                                                               |           |

## DAFTAR TABEL

|           |                                                                           |    |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.  | Tanggapan konsumen tentang isu pecah kongsi (Tahun 2024).....             | 5  |
| Tabel 2.  | Matrix Hasil Penelitian Sebelumnya.....                                   | 27 |
| Tabel 3.  | Pengukuran Variabel.....                                                  | 34 |
| Tabel 4.  | Perhitungan Sampel Wilayah DKI Jakarta .....                              | 36 |
| Tabel 5.  | Skala Likert.....                                                         | 37 |
| Tabel 6.  | Kisi-Kisi Instrumen .....                                                 | 38 |
| Tabel 7.  | Bobot penilaian berdasarkan skala Likert .....                            | 39 |
| Tabel 8.  | Nilai Persentase Responden .....                                          | 40 |
| Tabel 9.  | <i>Cronchbach's Alpha</i> .....                                           | 45 |
| Tabel 10. | Nilai Indeks dan Interpretasi Jawaban Kuesioner .....                     | 53 |
| Tabel 11. | Indeks Tanggapan Responden terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)..... | 53 |
| Tabel 12. | Indeks Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Produk (X1) .....   | 54 |
| Tabel 13. | Indeks Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek (X2)...          | 55 |
| Tabel 14. | Indeks Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan Merek (X3).....  | 56 |
| Tabel 15. | Nilai Average Variance Extracted ( <i>AVE</i> ) .....                     | 58 |
| Tabel 16. | Nilai Average Variance Extracted (HTMT) .....                             | 58 |
| Tabel 17. | <i>Outer Loading</i> .....                                                | 59 |
| Tabel 18. | <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....            | 60 |
| Tabel 19. | <i>R-Square</i> .....                                                     | 62 |
| Tabel 20. | <i>Q-Square</i> .....                                                     | 63 |
| Tabel 21. | Nilai Koefisien Jalur ( <i>Path Coefficients</i> ) .....                  | 64 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |                                                                               |    |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.  | Interest over time MS GLOW .....                                              | 2  |
| Gambar 2.  | 10 Brand skincare terlaris 2022.....                                          | 3  |
| Gambar 3.  | Pecah Kongsi MS Glow.....                                                     | 4  |
| Gambar 4.  | 10 top brand perawatan dan kecantikan terbaik di <i>e-commerce</i> ..         | 6  |
| Gambar 5.  | 10 top brand skincare 2025 .....                                              | 7  |
| Gambar 6.  | Kerangka Konseptual .....                                                     | 32 |
| Gambar 7.  | Alur Penelitian .....                                                         | 41 |
| Gambar 8.  | Inner Model .....                                                             | 42 |
| Gambar 9.  | Outer Model.....                                                              | 43 |
| Gambar 10. | Path Model.....                                                               | 43 |
| Gambar 11. | Logo MS GLOW .....                                                            | 49 |
| Gambar 12. | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                        | 50 |
| Gambar 13. | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                                | 51 |
| Gambar 14. | Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Atau Tempat<br>Beraktivitas..... | 52 |
| Gambar 15. | <i>Outer Model</i> .....                                                      | 57 |
| Gambar 16. | Nilai <i>Inner Model</i> .....                                                | 62 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Kuesioner 144 Responden
- Lampiran 3. Hasil Analisis Data Deskriptif
- Lampiran 4. Hasil Outer Model pada SmartPLS 4.0
- Lampiran 5. Hasil Inner Model pada SmartPLS 4.0
- Lampiran 6. Hasil Analisis Inferensial SmartPLS 4.0
- Lampiran 7. T-tabel