

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*,  
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PRODUK *FACIAL WASH* GARNIER PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS NASIONAL**

**TUGAS AKHIR**

**RUSYDINA GH AISANI**

**193402516299**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*,  
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PRODUK *FACIAL WASH* GARNIER PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS NASIONAL**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai  
gelar Sarjana Manajemen Universitas Nasional

Oleh :

**RUSYDINA GHAISANI**

**193402516299**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL**

**JAKARTA**

**2023**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, BRAND TRUST,  
DAN WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PRODUK FACIAL WASH GARNIER PADA MAHASISWA  
UNIVERSITAS NASIONAL**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas Akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 7 Februari, 2023



Rusydina Ghaisani

NPM : 193402516299

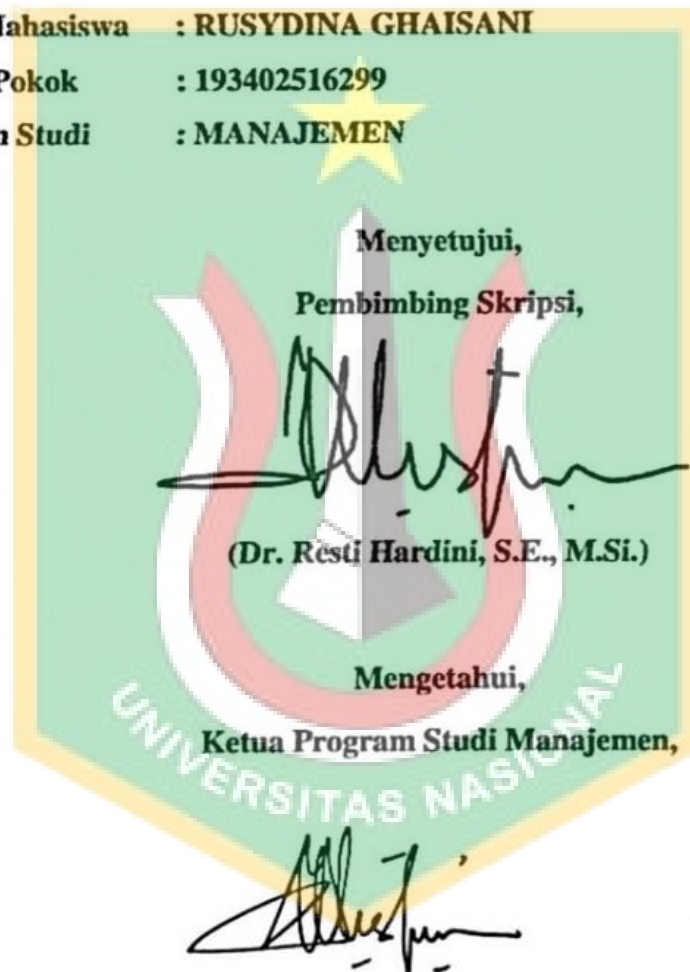
**LEMBAR PESETUJUAN**

**Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, BRAND TRUST, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK FACIAL WASH GARNIER PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

**Nama Mahasiswa : RUSYDINA GHAISANI**

**Nomor Pokok : 193402516299**

**Program Studi : MANAJEMEN**



**(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)**

**Jakarta, 6 Februari 2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*,  
*BRAND TRUST*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PRODUK FACIAL WASH  
GARNIER PADA MAHASISWA UNIVERSITAS  
NASIONAL**

**Nama Mahasiswa : RUSYDINA GH AISANI**

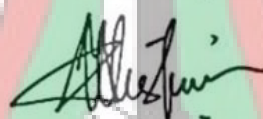
**Nomor Pokok : 193402516299**

**Program Studi : MANAJEMEN**

**Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional**

**Menyetujui,**

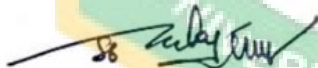
**Pembimbing Skripsi,**



**(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)**

**Ketua Penguji,**

**Anggota/Penguji,**



**(Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.)**



**(Atsari Sujud, S.E., M.M.)**

**Mengetahui,**

**Dekan,**



**(Kuntha Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)**

**Jakarta : 7 Februari 2023**

**Tanggal Lulus : 24 Februari 2023**

## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK FACIAL WASH GARNIER PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NASIONAL**

Oleh :

**Rusydina Ghaisani**

**NPM 1934902516299**

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Word Of Mouth* terhadap Loyalitas Pelanggan produk *facial wash* garnier pada mahasiswa universitas nasional. Sampel dalam Penelitian ini sebanyak 100 responden mahasiswa universitas nasional yang menggunakan produk *facial wash* garnier .

Penelitian ini menggunakan data primer dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 orang responden. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis inferensial dengan regresi linear berganda dan menggunakan program *Statistical Product and Service solution* (SPSS) versi 26.0.

Dari hasil analisis regresi linear berganda, menggunakan uji t yang dimana Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), *Brand image* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) , *Brand Trust* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), *Word Of Mouth* (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

**Kata kunci : Kualitas Produk, *Brand Image*, *Brand Trust*, *Word Of Mouth*,  
dan Loyalitas Pelanggan**

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, BRAND TRUST, AND WORD OF MOUTH ON CUSTOMER LOYALTY OF GARNIER FACIAL WASH PRODUCTS IN STUDENTS OF NATIONAL UNIVERSITY***

**By :**

**Rusydina Ghaisani**

**NPM 193402516299**

***Final Project, under the guidance of Dr. Resti Hardini, S.E., M.Sc.***

*This study aims to determine the effect of product quality, Brand Image, Brand Trust, and Word of Mouth on Customer Loyalty for Garnier facial wash products among national university students. The sample in this study were 100 national university student respondents who used Garnier facial wash products.*

*This study uses primary data with data collection methods through questionnaires distributed to 100 respondents. The data analysis technique uses inferential analysis with multiple linear regression and uses the Statistical Product and Service solution (SPSS) version 26.0 program.*

*From the results of multiple linear regression analysis, using the t test where Product Quality (X1) has a positive and significant effect on Customer Loyalty (Y), Brand image (X2) has a positive and significant effect on Customer Loyalty (Y), Brand Trust (X3) has an effect positive and significant impact on Customer Loyalty (Y), Word Of Mouth (X4) has a positive and significant effect on Customer Loyalty (Y). So it can be concluded that Product Quality, Brand Image, Brand Trust, and Word Of Mouth have a positive and significant effect on Customer Loyalty.*

***Keywords: Product Quality, Brand Image, Brand Trust, Word Of Mouth, and Customer Loyalty***

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Data Pribadi

1. Nama Lengkap : Rusydina Ghaisani
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 22 Mei 2001
3. Agama : Islam
4. Alamat Rumah : Jl. Raya Condet RT.15/05 No.03, Cililitan,  
Jakarta Timur
5. Telepon : 085813515903
6. Email : [rusydina.ghaisani@gmail.com](mailto:rusydina.ghaisani@gmail.com)

### B. Data Pendidikan Formal

1. 2007-2013 : SD Negeri 02 Cililitan
2. 2013-2016 : SMP Negeri 20 Jakarta
3. 2016-2019 : SMA Negeri 104 Jakarta
4. 2019-2023 : Universitas Nasional



Jakarta, 7 Februari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Rusydina Ghaisani".

Rusydina Ghaisani



## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, penulis panjatkan puji dan syukur atas kehadiratnya yang telah melimpahkan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan Judul “ **Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, *Brand Trust*, Dan *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Facial Wash Garnier Pada Mahasiswa Universitas Nasional** “ untuk diajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Nasional.

Penulis meyakini bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Sehingga penulis haturkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya dan teristimewa untuk semua pihak yang telah mendukung baik dalam segi moril maupun finansial serta doa selama penulis menempuh pendidikan.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis banyak menghadapi tantangan dan hambatan, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih untuk dukungan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan, kepada :

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E.,M.App.Ec.,Ph.D.selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional, dan selaku dosen pembimbing tugas akhir saya yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta seluruh arahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
5. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah berkenan membina, memberikan ilmu dan memberikan dukungan

serta menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional.

6. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan kemudahan dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
7. Kedua orang tua, Bapak Rusdi Sani dan Ibu Suryani yang telah memberikan semangat, kasih sayang, doa yang tulus dan telah bekerja keras berjuang untuk memberikan dukungan moril ataupun dukungan materil selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional
8. Kepada kakak Risdiyanti Ghaisani dan Syahreza Dionata yang telah memberikan motivasi, support, mendoakan dan menguatkan hingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
9. Untuk sahabat-sahabat saya Aurel, Desda, Dinda, Syeima, Gaby, Fista, Nadifa, Rifa, Andini, Putri, Widyana dan Nada yang telah sabar menemani, membantu dan selalu memberikan dukungan kepada penulis.
10. Kepada teman seperjuangan Irna, Alma, Mutiara, Wulan, Dinda, Fitri, Dhea, Aufa, Grace, Vioni, dan Arsanti yang telah memberi dukungan dan berjuang bersama untuk mendapatkan gelar S.M.
11. Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional angkatan 2019 yang telah berjuang bersama untuk saling berbagi ilmu pengetahuan, pengalaman dan informasi-informasi selama penulis menjalani perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunan dalam penulisan. Oleh karena itu, saran dan kritiknya sangat diperlukan bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi penulis juga bagi para pembaca.

Jakarta, 7 Februari 2023



**RUSYDINA GHAISANI**

193402516299

## Daftar Isi

<b>HALAMAN SAMPUL (LUAR)</b>	
<b>HALAMAN SAMPUK (DALAM)</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b>	
<b>LEMBAR PESETUJUAN</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>Daftar Isi</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
1. Tujuan Penelitian .....	6
2. Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II</b> .....	7
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
A. Manajemen Pemasaran .....	7
1. Pemasaran .....	7
2. Kualitas Produk.....	10
3. Brand Image.....	13
4. Brand Trust .....	15
5. Word of mouth.....	18
6. Loyalitas Pelanggan .....	19
B. Keterkaitan antar Variabel Penelitian .....	22
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	22
2. Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	22
3. Pengaruh Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	22
4. Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	23
C. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	24
D. Kerangka Analisis .....	28

E.Hipotesis .....	28
<b>BAB III.....</b>	<b>30</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Objek Penelitian .....	30
B.Data Penelitian.....	30
1.Sumber Data Jenis Data.....	30
2.Populasi dan Sampel.....	30
3.Teknik Pengumpulan Data.....	32
C.Definisi Operasional Variable .....	33
D.Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	34
1. Metode Analisis .....	34
2. Pengujian Instrument Penelitian.....	35
3. Uji Asumsi Klasik .....	35
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
5. Uji Kelayakan Model.....	38
6. Pengujian Hipotesis .....	39
<b>BAB IV .....</b>	<b>40</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
A.Hasil Penelitian.....	40
1.Deskripsi Data Penelitian.....	40
2.Sejarah Singkat Perusahaan.....	40
3.Deskripsi Responden .....	42
4.Analisis Tingkat Persepsi.....	46
5.Hasil Analisis Penelitian.....	52
B.Pembahasan .....	67
<b>BAB V.....</b>	<b>71</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>71</b>
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index .....	2
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3.3 Pengukuran Skala Likert .....	32
Tabel 3.4 Definisi Operasional .....	34
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	44
Tabel 4.8 Skala Likert .....	45
Tabel 4.9 Total Skor Average Mean Kualitas Produk .....	46
Tabel 4.10 Total Skor Average Mean Brand Image .....	47
Tabel 4.11 Total Skor Average Mean Brand Trust .....	48
Tabel 4.12 Total Skor Average Mean Word Of Mouth .....	49
Tabel 4.13 Total Skor Average Mean Loyalitas Pelanggan .....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk .....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Brand Image .....	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Brand Trust .....	53
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Word Of Mouth .....	53
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan .....	54
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
Tabel 4.20 Output Uji Normalitas .....	56
Tabel 4.21 Output Uji Multikolaritas .....	58
Tabel 4.22 Outpu Uji Spearman .....	59
Tabel 4.23 Output Uji Autokorelasi .....	61
Tabel 4.24 Analisis Regresi Linear Berganda .....	61
Tabel 4.25 Output Uji Kelayakan Model Uji (F) .....	32
Tabel 4.26 Output Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	63
Tabel 4.27 Output Uji t .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis .....	29
Gambar 4.2 Presentase Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Gambar 4.3 Presentase Karakteristik Berdasarkan Usia.....	43
Gambar 4.4 Presentase Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	44
Gambar 4.5 Scaterplot Normalitas .....	57
Gambar 4.6 Scaterplot Spearman.....	60

