

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEPERCAYAAN KONSUMEN, DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK  
*FACE WASH* KAHF PADA GEN Z DI JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

**MUHAMMAD HASANI**

**223402516090**



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

**2026**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEPERCAYAAN KONSUMEN, DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK  
*FACE WASH* KAHF PADA GEN Z DI JAKARTA SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana  
Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

**TUGAS AKHIR**

**MUHAMMAD HASANI**

**223402516090**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2026**

## LEMBAR PERNYATAAN

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

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEPERCAYAAN KONSUMEN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK *FACE WASH* KAHF PADA GEN Z DI JAKARTA SELATAN**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan, kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 10 Februari 2026



Muhammad Hasani

NPM: 223402516090

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH BRAND IMAGE, KEPERCAYAAN  
KONSUMEN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN PRODUK FACE WASH  
KAHF PADA GEN Z DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : Muhammad Hasani

NPM : 223402516090

Program Studi : Manajemen

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir,

(Dr. Ir. Farida, M.M.)

Menyetujui,  
Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nasional,

(Dr. Rusli Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta, 10 Februari 2026

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH BRAND IMAGE, KEPERCAYAAN KONSUMEN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK FACE WASH KAIF PADA GEN Z DI JAKARTA SELATAN**


Nama Mahasiswa : Muhammad Hasani

NPM : 223402516090


Program Studi : Manajemen

Diterima dan Disahkan Oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

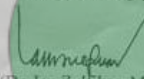
Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir,

  
(Dr. Ir. Farida, M.M.)

Ketua Penguji

  
(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M.)

Anggota/Penguji

  
(Dr. Ian Zulhikar, M.Si.)

Mengetahui  
Dekan,  
  
(Prof. Dr. H. H. Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta, 5 Maret 2026

Tanggal Lulus: 04 Maret 2026

UNIVERSITAS NASIONAL

## ABSTRAK

### **PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEPERCAYAAN KONSUMEN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK *FACE WASH* KAHF PADA GEN Z DI JAKARTA SELATAN**

Oleh :

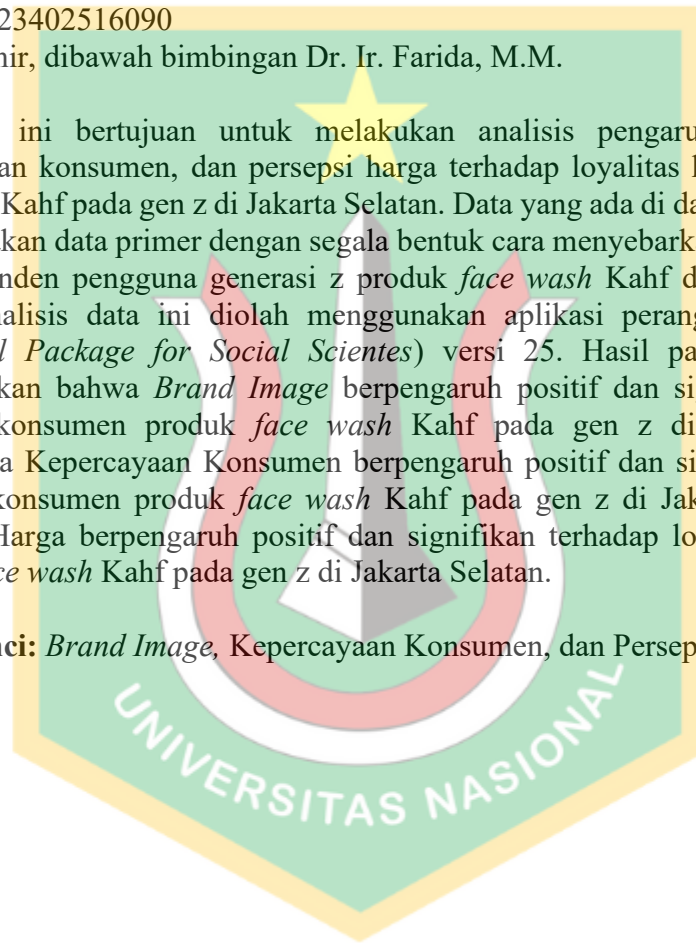
Muhammad Hasani

NPM : 223402516090

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Ir. Farida, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis pengaruh *brand image*, kepercayaan konsumen, dan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen produk *face wash* Kahf pada gen z di Jakarta Selatan. Data yang ada di dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan segala bentuk cara menyebarkan kuesioner pada 100 responden pengguna generasi z produk *face wash* Kahf di Jakarta Selatan. Teknis analisis data ini diolah menggunakan aplikasi perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for Social Scientes*) versi 25. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen produk *face wash* Kahf pada gen z di Jakarta Selatan, selanjutnya Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen produk *face wash* Kahf pada gen z di Jakarta Selatan, dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen produk *face wash* Kahf pada gen z di Jakarta Selatan.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, Kepercayaan Konsumen, dan Persepsi Harga



## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF BRAND IMAGE, CONSUMER TRUST, AND PRICE PERCEPTION ON CONSUMER LOYALTY OF KAHF FACE WASH PRODUCTS AMONG GEN Z IN SOUTH JAKARTA**

By:

Muhammad Hasani

NPM: 223402516090

Final Project, under the guidance of Dr. Ir. Farida, M.M.

*This study aims to analyze the influence of brand image, consumer trust, and price perception on consumer loyalty of Kahf face wash products among Gen Z in South Jakarta. The data in this study uses primary data, using various methods to distribute questionnaires to 100 respondents who are Generation Z users of Kahf face wash products in South Jakarta. The data analysis technique was processed using SPSS (Statistical Package for Social Scientists) version 25 software. The results of this study indicate that brand image has a positive and significant effect on consumer loyalty to Kahf face wash products among Gen Z in South Jakarta. Furthermore, consumer trust has a positive and significant effect on consumer loyalty to Kahf face wash products among Gen Z in South Jakarta. Price perception has a positive and significant effect on consumer loyalty to Kahf face wash products among Gen Z in South Jakarta.*

*Keywords: Brand Image, Consumer Trust, and Price Perception*



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucapkan uji syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah telah melimpahkan rahmat dan nikmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan dalam penyusunan tugas akhir yang berjudul **“PENGARUH BRAND IMAGE, KEPUASAN KONSUMEN DAN PERSEPSI HARGA PADA LOYALITAS KONSUMEN PRODUK FACE WASH KAHF PADA GEN Z DI JAKARTA SELATAN”** dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Program Studi Sarjana (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nasional.

Dalam penyusunan tugas akhir ini tentunya penulis mengalami hambatan baik secara teknis maupun yang lainnya. Namun, tantangan tersebut dapat diatasi berkat dukungan, kerja sama, dorongan semangat, dan juga bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya pada kesempatan ini dengan rasa rendah hati, kasih sayang, dan hormat yang mendalam kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M., 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.
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Nasional.
6. Ibu Dr. Ir. Farida, M.M., selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah membimbing saya dengan memberikan saran serta koreksi dengan teliti dalam penyusunan penulisan tugas akhir saya. Bimbingan yang telah Ibu berikan sangat membantu saya untuk mengatasi berbagai tantangan akademik dan teknis, sehingga tugas akhir ini dapat di selesaikan dengan baik dan tepat waktu.

7. Ibu Dr. Muhani, S.E., M.Si.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Seluruh Dosen Universitas Nasional Khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, dan pengalaman berharga selama masa studi penulis, sehingga menjadi fondasi kuat dalam pengembangan kompetensi akademik.
9. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa FEB Universitas Nasional.
10. Kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas kesehatan, serta kesempatan senantiasa dilimpahkan kepada saya dalam setiap langkah dan usaha yang telah dijalankan sehingga tugas akhir saya dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
11. Kepada baginda besar Nabi Muhammad Sallahu Alaihi Wassalam atas petunjuk, teladan, dan sunnah yang mulia, yang menjadi sumber inspirasi dan pedoman hidup saya dalam menjalani setiap langkah, termasuk proses penyusunan tugas akhir ini. Penulis mengucapkan salawat dan salam yang tak terhingga atas beliau.
12. Kepada diri saya sendiri yang telah bekerja keras, bersabar, dan konsisten dalam menjalani semua tahapan perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih atas keteguhan dan kemampuan untuk tetap bertahan di tengah rintangan yang dihadapi selama masa perkuliahan.
13. Kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan moral finansial, doa, dan juga pengorbanan yang tiada henti sepanjang hidup penulis, sehingga penulis dapat menempuh pendidikan hingga menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya atas cinta, kasih sayang, dan juga motivasi yang telah diberikan, yang menjadi sumber kekuatan utama dalam menghadapi berbagai tantangan.
14. Kepada kedua adik tercinta penulis, Safira Hayatus Salamah dan Kaysatul Aliyah, yang telah berpulang terlebih dahulu. Meskipun kehadiran mereka kini hanya tinggal dalam doa dan kenangan, kasih sayang, ketulusan, serta semangat yang pernah diberikan menjadi sumber kekuatan dan motivasi

tersendiri bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis mendoakan semoga kedua almarhumah mendapatkan tempat terbaik di sisi Allah SWT dan segala amal kebajikannya diterima oleh-Nya.

15. Kepada nenek saya, Ibu Fatimah, yang telah memberikan doa, kasih sayang, perhatian, serta dukungan yang tulus kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas ketulusan, nasihat, dan doa yang senantiasa menyertai penulis, sehingga menjadi sumber kekuatan dan motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
16. Kepada Ibu Ayu Sekarni serta suaminya, Bapak Moh. Rokib, yang telah memberikan dukungan moral, perhatian, doa, serta motivasi kepada penulis. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala dukungan dan kepedulian yang diberikan, sehingga penulis mampu menghadapi berbagai tantangan selama masa perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini.
17. Teruntuk seseorang pemilik NPM 223402516082, penulis mengucapkan terima kasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan menyusun tugas akhir ini. Terima kasih karna sudah berkontribusi baik tenaga, waktu, dukungan, serta dapat menghibur penulis dalam kesedihan, tidak lupa selalu mendengarkan keluh kesah dan selalu meyakinkan penulis untuk pantang menyerah hingga penyusunan tugas akhir ini dapat terselesaikan.
18. Teruntuk teman-teman sesama perkuliahan saya, Indah Wulandari, Siti Sekar Ayuningsih, Adistia Rahmadani, Andhika Adzikra, dan juga Aditya Fahlevi. Penulis mengucapkan terima kasih atas kesediaan, kebaikan hati, dan waktu yang kalian luangkan untuk membantu, memberikan dukungan dan kerja sama kalian membuat proses ini lebih ringan dan berkesan.
19. Serta kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, semoga atas kebajikannya mendapat balasan dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan proposal tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis bersyukur jika pembaca yang menemukan kesalahan dalam bacaannya dapat memberikan kritik serta saran yang

berguna untuk memperluas batas penulisan sebagai proses belajar mandiri. Semoga bagi yang membaca mendapatkan informasi yang bermanfaat. Sekian dan terima kasih, salam hangat

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Penulis,



**Muhammad Hasani**

**223402516090**

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
B. Perumusan Masalah .....	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
1. Tujuan Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
2. Kegunaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
A. Teori Terkait dengan Variabel Penelitian ..	Error! Bookmark not defined.
1. Manajemen Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2. Pemasaran .....	Error! Bookmark not defined.
B. <i>Brand Image</i> .....	Error! Bookmark not defined.
1. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	Error! Bookmark not defined.
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i> ....	Error! Bookmark not defined.
3. Komponen <i>Brand Image</i> .....	Error! Bookmark not defined.
4. Indikator <i>Brand Image</i> .....	Error! Bookmark not defined.
C. Kepercayaan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
1. Pengertian Kepercayaan Konsumen ....	Error! Bookmark not defined.
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen .....	Error! Bookmark not defined.
3. Dimensi Kepercayaan Konsumen .....	Error! Bookmark not defined.
4. Indikator Kepercayaan Konsumen .....	Error! Bookmark not defined.
D. Persepsi Harga.....	Error! Bookmark not defined.
1. Pengertian Persepsi Harga.....	Error! Bookmark not defined.
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Harga .	Error! Bookmark not defined.
3. Indikator Persepsi Harga .....	Error! Bookmark not defined.
E. Loyalitas Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
1. Pengertian Loyalitas Konsumen .....	Error! Bookmark not defined.
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen .....	Error!

	<b>Bookmark not defined.</b>	
3.	Indikator Loyalitas Konsumen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
F.	Keterkaitan Antar Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Konsumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
G.	Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
H.	Kerangka Analisis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
I.	Hipotesis.....	27
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A.	Objek Penelitian .....	28
B.	Data Penelitian .....	28
1.	Sumber Data dan Jenis Data .....	28
2.	Populasi dan Sampel .....	29
3.	Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	30
C.	Jenis Variabel Yang Digunakan.....	31
1.	Variabel Bebas (X).....	31
2.	Variabel Terikat (Y).....	31
D.	Definisi Operasional .....	32
E.	Metode Analisis .....	33
1.	Metode Analisis Deskriptif .....	33
2.	Metode Analisis Infrensial .....	33
3.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	33
4.	Uji Instrumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.	Uji Asumsi Klasik .....	35
6.	Uji Kelayakan Model .....	37
F.	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	38
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
A.	Hasil Penelitian .....	40
1.	Deskripsi Data Penelitian .....	40
2.	Karakteristik Responden .....	41
3.	Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	46
B.	Pembahasan.....	61
1.	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Konsumen .....	61
2.	Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen ...	62
3.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen .....	63
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
A.	Kesimpulan .....	65

B. Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

### DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebagai Rujukan .....	23
Tabel 3.1 Skala Likert .....	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44
Tabel 4.5 Average Total Mean <i>Brand Image</i> .....	46
Tabel 4.6 Average Total Mean Kepercayaan Konsumen .....	47
Tabel 4.7 Average Total Mean Persepsi Harga .....	48
Tabel 4.8 Average Total Mean Loyalitas Konsumen .....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....	52
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas.....	53
Tabel 4.13 Uji Glejser.....	54
Tabel 4.14 Uji Autokorelasi.....	55
Tabel 4.15 Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	58
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 7 Top <i>Brand Facial wash</i> Pria Terlaris.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Analisis .....	26
Gambar 4.1 Diagram Persentase Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Gambar 4.2 Diagram Persentase Karakteristik Berdasarkan Usia.....	42
Gambar 4.3 Diagram Persentase Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Gambar 4.4 Diagram Persentase Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	44

