

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
KRIM PEMUTIH WAJAH POND'S DI HIPERMARKET *GIANT*
MALL OLYMPIC GARDEN MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Katolik Widya Karya Malang**



Disusun oleh :

Irene Yolanda

201011015

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
2015**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Irene Yolanda
NIM : 201011015
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Loyalitas Konsumen Krim Pemutih Wajah POND'S di Hipermarket *Giant Mall Olympic Garden* Malang

Malang, 20 Juni 2015

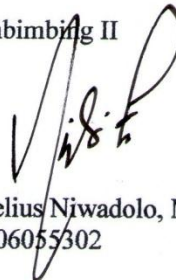
Diterima dan Disetujui :

Pembimbing I



Dra. Anni Yudiastuti, MP.
NIDN: 0701056401

Pembimbing II



Drs. Cornelius Niwadolo, MM.
NIDN: 0706055302

Mengetahui :



Dekan Fakultas Ekonomi
Drs. Cornelius Niwadolo, MM.
NIDN: 0706055302



Ketua Jurusan Manajemen
Dra. Anni Yudiastuti, MP.
NIDN: 0701056401

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul

**“PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
KRIM PEMUTIH WAJAH POND’S DI HIPERMARKET *GIANT*
MALL *OLYMPIC GARDEN* MALANG”**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Irene Yolanda

NIM : 201011015

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 22 Juni 2015 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1).

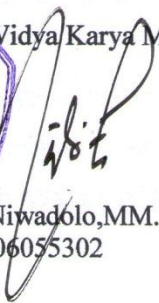
Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Widya Karya Malang



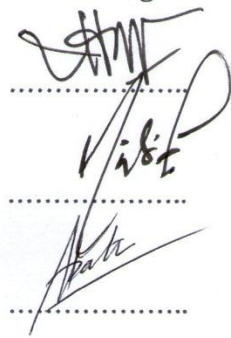
Drs. Cornelius Niwadolo, MM.
NIDN: 0706055302



Dewan Penguji

1. Dra. Anni Yudiastuti, MP.
NIDN: 0701056401
2. Drs. Cornelius Niwadolo, MM.
NIDN: 0706055302
3. Dewi Ratih, S.E., MSM.
NIDN: 0704078107

Tanda Tangan





GIANT EKSTRA GAJAYANA

Jl. Kawi no 24 Malang

Telp : (0341) 363279

Fax : (0341) 363252

Surat Keterangan Kerja

HRD/015/GMJ/V/2015

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kristanti Kurnia Setyarini
Jabatan : DH HRD
Nrp : 99041400

Menerangkan bahwa :

Nama : **IRENE YOLANDA**
NIM : 201011015
Jurusan : Manajemen
Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Telah melaksanakan penelitian di Giant Gajayana Malang pada tanggal 11 – 12 April 2015 dengan mengambil judul penelitian " Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Krim Pemutih Wajah POND'S di Hypermarket Giant Mall Olympic Garden Malang".

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 20 Mei 2015.

KRISTANTI
HRD GIANT GAJAYANA MALANG



PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

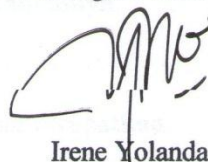
Kami yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh *Brand Image* terhadap Loyalitas Konsumen Krim Pemutih Wajah POND'S di Hipermarket *Giant Mall Olympic Garden* Malang" merupakan karya asli dari :

Nama : Irene Yolanda
NIM : 201011015
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan kami bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 20 Juni 2015



Irene Yolanda

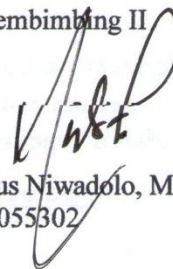
DITERIMA DAN DISETUJUI

Dosen Pembimbing I




Dra. Anni Yudiastuti, MM.
NIDN: 0701056401

Dosen Pembimbing II

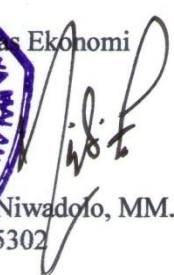


Drs. Cornelius Niwadolo, MM.
NIDN: 0706055302

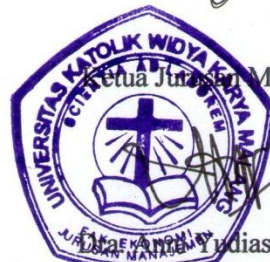
Mengetahui



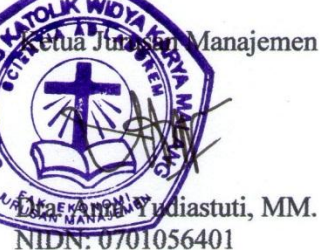
Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Cornelius Niwadolo, MM.
NIDN: 0706055302



Ketua Jurusan Manajemen



Dra. Anni Yudiastuti, MM.
NIDN: 0701056401

HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasih:

Tuhanku yang Maha Baik, Maha Penyang, syukurku sebesar-besarnya.

Mama, Papa, dan adik-adikku, kepercayaan dan keyakinan kalian memotivasiku.

Alexandre Da Costa, walaupun jauh tapi doa dan dukunganmu terasa nyata.

Ika, Santi, Siska, Clara, Ocin, Jimmy, Trio dan teman-teman Manajemen 2010, terimakasih untuk petunjuk dan semangatnya.

Sheeni, pendengar keluh kesah, terima kasih mau direpotkan.

Ganja dan Art Crew UKWK, kalian membentuk dan memberiku kekuatan.

Andina, Nyak, Mexiang, Iwan, Mbamba, Ompido, sahabat dan keluarga yang kupilih, terimakasih banyak untuk waktu, perhatian, materi, kebersamaan, dukungan, pelukan, ceriaan, ricuh, dan kenangan indah.

“NOT ONE OF US, CAN DO IT WITHOUT THE OTHERS”

-The Vision-

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Irene Yolanda

NIM : 201011015

Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 05 November 1991

Alamat : Jl. Ledokdowo 153, Pakisjajar-Pakis

Nama Orang Tua (Ayah) : Tan, Djojo
(Ibu) : Yuni Erni Watie

Pendidikan : Lulus TK Taman Harapan tahun 1998
Lulus SD Taman Harapan Malang tahun 2004
Lulus SMP Taman Harapan Malang tahun 2007
Lulus SMAK St. Albertus “Dempo” Malang tahun 2010
Tahun 2010 terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Karya Malang

KATA PENGANTAR

Ucapan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala limpahan rahmat dan berkat-Nya, telah diselesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image* terhadap Loyalitas Konsumen Krim Pemutih Wajah POND’S di Hipermarket *Giant Mall Olympic Garden Malang*”** yang diajukan guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, banyak pihak terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Pihak-pihak tersebut membantu dan menyertai pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu diucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Anni Yudiastuti, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen dan dosen pembimbing I yang telah memberikan saran, petunjuk, bimbingan dan motivasi skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Drs. Cornelius Niwadolo, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi sekaligus dosen pembimbing II yang telah memberikan saran, petunjuk, bimbingan dan motivasi sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
3. Ibu Kristanti Kurnia Setyarini selaku *Department Head* HRD Giant Gajayana Malang yang telah memberikan izin penelitian.
4. Bapak dan ibu dosen pengajar Program Studi S-1 Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan pelajaran yang berharga.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

Dalam skripsi ini masih banyak kekurangan, kekurangan yang menunjukkan bahwa kemampuan penulis masih terbatas waktu, pengetahuan, maupun pengalaman. Maka kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna menyempurnakan skripsi ini, sehingga dapat bermanfaat bagi universitas, pembaca, dan peneliti selanjutnya.

Malang, 18 Juni 2015

Irene Yolanda



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	
HALAMAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN	
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN RIWAYAT HIDUP	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
ABSTRAK.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Kajian Teori.....	9
1. Konsep Dasar Pemasaran.....	9
2. Perbedaan Pemasaran dan Penjualan	11
3. Pengertian Produk	11
4. Pengertian Merek (Brand).....	12
5. Peran Merek	13
6. <i>Brand Image</i>	15
7. Loyalitas Konsumen.....	17
8. Hubungan antara <i>Brand Image</i> dan Loyalitas Konsumen	19

C. Kerangka Pikir.....	20
D. Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	22
C. Lokasi Penelitian.....	22
D. Populasi, Sampel, dan Teknik <i>Sampling</i>	23
E. Jenis dan Sumber Data.....	24
F. Definisi Operasional Variabel.....	25
G. Metode Pengumpulan Data.....	28
H. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA	
A. Gambaran Umum POND'S.....	33
1. Riwayat POND'S.....	35
2. Kategori Produk POND'S.....	28
3. Varian Pemutih Wajah POND'S.....	37
4. Promosi Krim Pemutih Wajah POND'S.....	38
5. Pencapaian Krim Pemutih Wajah POND'S dalam <i>Top Brand Award</i> ..	40
B. Gambaran Umum <i>Top Brand Award</i>	42
1. Konsep <i>Top Brand Award</i>	42
2. Kriteria <i>Top Brand Award</i>	44
C. Gambaran Umum Responden Penelitian.....	44
D. Penyajian Data Hasil Kuesioner.....	45
E. Analisis dan Intepretasi Data.....	55
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
2. Uji Asumsi Klasik.....	57
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4. Uji Hipotesis.....	66

5. Uji Sumbangan Efektif.....73
F. Implikasi Hasil Penelitian.....74

BAB V PENUTUP

A. Simpulan79
B. Saran.....80

DAFTAR PUSTAKA.....81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. *Top Brand Index* Kategori Krim Pemutih tahun 201240
Gambar 4.2. *Top Brand Index* Kategori Krim Pemutih tahun 201341
Gambar 4.3. *Top Brand Index* Kategori Krim Pemutih tahun 201441
Gambar 4.4. *Top Brand Index* Kategori Krim Pemutih tahun 201542
Gambar 4.5. Graik Uji Normalitas Data58
Gambar 4.6. Grafik Uji Heteroskedastisitas61



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Indikator dan Item Variabel	26
Tabel 4.1. Rentangan Usia Responden	45
Tabel 4.2. Tempat (Kota) Tinggal Responden.....	45
Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Kualitas atau Mutu Produk (X1)	46
Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Keandalan Produk (X2)	47
Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Kegunaan atau Manfaat Produk (X3)	48
Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Pelayanan (X4)	49
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Risiko Produk (X5)	50
Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Harga Produk (X6)	51
Tabel 4.9. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Citra Produk (X7)	52
Tabel 4.10. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Loyalitas Konsumen (Y)	53
Tabel 4.11. Uji Validitas dan Reliabilitas Item Instrumen.....	56
Tabel 4.12. Nilai VIF Variabel Bebas/ <i>Brand Image</i>	60
Tabel 4.13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel 4.14. Perhitungan Sumbangan Efektif	73

ABSTRAK

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
KRIM PEMUTIH WAJAH POND'S DI HIPERMARKET GIANT MALL
OLYMPIC GARDEN MALANG**

Loyalitas konsumen dalam dunia bisnis merupakan hal yang sangat penting. Loyalitas konsumen mempermudah perusahaan meramalkan permintaan dan menciptakan penghalang bagi perusahaan lain untuk memasuki dan menguasai pasar. Penelitian mengambil *brand image* sebagai variabel bebas yang dicari signifikansi pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen krim pemutih wajah POND'S, yang juga bertujuan untuk mengetahui manakah faktor pembentuk *brand image* paling dominan yang memengaruhi loyalitas konsumen krim pemutih wajah POND'S.

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner berisi pernyataan-pernyataan yang dibagikan kepada 80 orang dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*.

Analisis deskriptif kualitatif dihasilkan dari pengolahan data statistik dengan *software* SPSS 16.0, dengan melakukan uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, dan uji sumbangan efektif. Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor-faktor pembentuk *brand image* berpengaruh signifikan secara bersamaan terhadap loyalitas konsumen krim pemutih wajah POND'S dengan faktor risiko sebagai faktor yang memengaruhi paling dominan.

Kata kunci : *brand image*, loyalitas konsumen.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam dunia bisnis persaingan tidak dapat dihindari, bahkan dengan semakin majunya teknologi informasi, upaya tiap perusahaan untuk menarik konsumen terlihat begitu gencar. Iklan-iklan baik di media masa cetak maupun di media masa elektronik terlihat bersaing dan dengan cepat muncul dengan konsep baru yang tak jarang menarik perhatian masyarakat. Perusahaan-perusahaan tersebut tak ingin kehilangan kesempatan untuk menarik hati konsumen serta menjadi selangkah lebih maju daripada pesaing mereka.

Dengan persaingan seperti itu muncullah produk-produk baru, baik yang merupakan perluasan dari merek yang telah ada maupun merek yang benar-benar baru. Di sinilah produsen merek baru melakukan lebih banyak upaya pemasaran untuk menarik konsumen, mulai dari promo harga, hadiah, bintang iklan yang menarik, harga yang murah, dan sebagainya. Banyak konsumen yang tertarik akan produk tersebut, apalagi dengan adanya sifat konsumen yang selalu menginginkan hal yang baru.

Selain iklan yang dapat mendorong konsumen untuk mengonsumsi barang/jasa yang ditawarkan, merek juga memegang peranan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Merek membedakan suatu produk dengan produk lainnya. Merek membawa nama perusahaan, dan

merek merupakan identitas yang kadang mencerminkan kualitas tertentu dari suatu produk. Kualitas tersebut tercipta dari upaya perusahaan dalam mempublikasikan identitas merek ke masyarakat serta memposisikan dirinya sedemikian rupa sehingga *brand image* dapat tercipta dalam diri masing-masing konsumen. *Brand image* bukan hanya logo merek, nama besar, atau slogan merek. Keller (1993) dalam Sondoh *dkk*, (2007: 86) mengemukakan bahwa *brand image* adalah: “*a set of perceptions about a brand as reflected by brand associations in consumer’s memory*” yang artinya satu set persepsi tentang merek yang tercermin oleh asosiasi merek dalam memori/ingatan konsumen.

Dalam mengonsumsi atau menggunakan barang dan jasa, konsumen tak semata-mata memilih hanya karena membutuhkannya. Seringkali pilihan konsumen akan suatu barang atau jasa disebabkan karena faktor merek. Yang dipertimbangkan bukanlah merek dalam arti sebuah nama saja, melainkan sebuah kesatuan dari nama, lambang, logo, arti, pesan, dan atribut lainnya yang melekat pada merek tersebut, yang selanjutnya menyatu menjadi sebuah persepsi. Persepsi inilah yang akan menggerakkan konsumen untuk membeli, tidak membeli, mengonsumsi, menolak, bahkan setia kepada suatu merek. Apabila persepsi konsumen terhadap suatu merek itu positif, maka konsumen akan membeli produk tersebut, lalu semakin lama akan timbul keinginan dan niat untuk loyal. Sebaliknya, apabila persepsi konsumen terhadap produk itu negatif, jangankan loyal, membeli pun mereka akan berpikir berulang kali.

Maka dari itu dapat dikatakan bahwa tidak mudah mendapatkan loyalitas konsumen, perusahaan harus berusaha menciptakan loyalitas tersebut dengan membentuk *brand image* yang baik di mata dan pikiran konsumen. Loyalitas konsumen merupakan hal yang penting. Dan ketika perusahaan mendapatkan itu, maka perusahaan akan dengan mudah meramalkan permintaan dan menciptakan penghalang bagi perusahaan lain untuk memasuki dan menguasai pasar.

Salah satu indikator bahwa sebuah merek telah berhasil menciptakan loyalitas konsumen adalah keberhasilan merek tersebut memperoleh *Top Brand Award* selama beberapa periode. Setidaknya dalam empat tahun terakhir yaitu pada tahun 2012 sampai 2015 krim pemutih wajah POND'S menempati posisi teratas dalam *Top Brand Index*. Di bawah nama besar Unilever, merek POND'S selalu stabil menempati posisi teratas mengalahkan merek-merek lain dalam kategori produk yang sama seperti Olay, Hazeline, Nivea, bahkan Citra White yang merupakan *brand* di bawah perusahaan induk yang sama.

Top Brand Award sendiri adalah penghargaan yang diberikan untuk merek-merek tertentu yang menempati posisi teratas berdasarkan hasil survey terhadap 7500 sampel acak yang tersebar di sebelas kota besar yaitu Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Medan, Makassar, Pekanbaru, Balikpapan, Palembang, Samarinda, dan Denpasar (www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey_methodology)

Data di atas menunjukkan bahwa merek POND'S berhasil menggeser merek lain dalam hal merek terkenal bahkan dengan munculnya merek Citra White yang sama-sama ada di bawah naungan Unilever, posisi POND'S tetap stabil. Sesuatu dalam *brand* menjadikannya *top of mind*, posisi teratas dalam pikiran konsumen, yaitu *brand image*.

Mendapatkan produk yang diinginkan tidaklah sulit di Kota Malang, banyak toko, minimarket, bahkan hipermarket yang menyediakan rangkaian produk kosmetik, salah satunya di hipermarket *Giant* yang terletak di dalam *Mall Olympic Garden* Malang. Dalam hipermarket *Giant* ini, produk kosmetik yang disediakan cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam berbagai merek dan jenis. Apabila merek POND'S dapat mencapai penghargaan *Top Brand Award*, perlu ditelusuri pula keberadaan merek POND'S di Hipermarket *Giant Mall Olympic Garden* Malang.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini mengambil judul ***Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Krim Pemutih Wajah POND'S di Hipermarket Giant Mall Olympic Garden Malang.***

B. Rumusan Masalah

Dari permasalahan di atas maka rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana signifikansi pengaruh *brand image* yang terbentuk dari faktor kualitas atau mutu (X1), keandalan (X2), manfaat (X3), pelayanan (X4), risiko (X5), harga (X6), dan citra (X7) terhadap loyalitas konsumen krim

pemutih wajah POND'S di Hipermarket *Giant Mall Olympic Garden* Malang?

2. Manakah dari ketujuh faktor pembentuk *brand image* tersebut yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas konsumen krim pemutih wajah POND'S di Hipermarket *Giant Mall Olympic Garden* Malang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

- a. Mengetahui signifikansi pengaruh *Brand Image* yang terbentuk dari faktor kualitas atau mutu (X1), keandalan (X2), manfaat (X3), pelayanan (X4), risiko (X5), harga (X6), dan citra (X7) terhadap loyalitas konsumen krim pemutih wajah POND'S di Hipermarket *Giant Mall Olympic Garden* Malang.
- b. Mengetahui faktor pembentuk *brand image* yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas konsumen krim pemutih wajah POND'S di Hipermarket *Giant Mall Olympic Garden* Malang.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Peneliti: Sebagai sarana untuk melatih berpikir kritis dan sebagai sarana untuk menambah pengetahuan di bidang pemasaran khususnya mengenai pengaruh *Brand Image* terhadap loyalitas konsumen.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

- b. Bagi pemasar dan produsen krim pemutih wajah POND'S:
Sebagai sarana atau bahan referensi untuk meningkatkan kegiatan pemasaran serta produksi.
- c. Bagi Universitas: Sebagai bahan referensi untuk kegiatan penelitian berikutnya

