

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PT. ORINDO ALAM AYU (ORIFLAME) DI PURWOKERTO**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Reni Dwi Saputri

N P M : 18310109784

Telah diketahui dan disahkan pada :

Hari : Senin

Tanggal : 11 April 2022

Tempat : Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Wijayakusuma

Purwokerto

Dosen Pembimbing I

Tri Esti Masita, S.E., M.Si.
NIS. 6100734083

Dosen Pembimbing II

H. Adv Achadi, S.E., M.Si.
NIS. 6100735093

Mengetahui,

Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Sekarang



Andhiman S., S.E. M.Si.
NIS. 6100734086

Program Studi Manajemen
Ketua,

H. Adv Achadi, S.E., M. Si.
NIS. 6100735093

Skripsi Berjudul
PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PT. ORINDO ALAM AYU (ORIFLAME) DI PURWOKERTO

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Reni Dwi Saputri

NPM : 18310109784

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 11 April 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan mendapat gelar Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto

Penguji I



Tri Esti Masita, S.E., M.Si.
NIS. 6100734083

Penguji II



H. Adv Achadi, S.E., M.Si.
NIS. 6100735093

Penguji III



Dr. Sri Sundari, M.M.
NIS. 6100732035

Penguji IV



Hj. Ratna Puji Astuti, S.E., M.Si.
NIS. 6100732061

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reni Dwi Saputri

NPM : 18310109784

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomika Dan Bisnis

Menyusun skripsi dengan judul:

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. ORINDO ALAM AYU (ORIFLAME) DI PURWOKERTO

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya tulis saya sendiri dan bukan dibuatkan orang lain atau jiplakan atau modifikasi karya orang lain.

Bila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi, termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang sudah saya peroleh

Purwokerto, 11 April 2022

Yang menyatakan



Reni Dwi Saputri

NPM: 18310109784

HALAMAN MOTTO

“Man Jadda Wa Jadda”

Barangsiapa yang bersungguh-sungguh pasti akan berhasil

“Man Shabara Zhafira”

Barangsiapa yang sabar pasti akan beruntung

“Man Saara Ala Darbi Washala”

Barangsiapa yang menapaki jalan-Nya akan sampai tujuan (HR.Muslim)

“Dan bersabarlah kalian, sesungguhnya janji Allah adalah benar dan sekali-kali janganlah orang-orang yang tidak meyakini (kebenaran ayat-ayat Allah) itu menggelisahkan kalian”. (QS. Ar-Rum:60)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya serta shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. ORINDO ALAM AYU (ORIFLAME) DI PURWOKERTO” dengan baik. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril maupun spiritual maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Heru Cahyo, M.Si selaku Rektor Universitas Wijayakusuma Purwokerto.
2. Bapak Andhi Johan S., S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto.
3. Bapak H. Ady Achadi, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto.
4. Ibu Tri Esti Masita, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing pertama yang selalu memberikan perhatian, arahan dan bimbingan kepada penulis.
5. Ibu Dr. Sri Sundari, M.M., selaku dosen penguji ke tiga yang terus memberikan perhatian, arahan dan bimbingan dalam penulisan.
6. Ibu Hj. Ratna Puji Astuti, S.E., M. Si. Selaku dosen penguji ke empat yang terus memberikan perhatian, arahan dan bimbingan dalam penulisan.
7. Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto yang telah membantu.
8. Bapak Darto dan Ibu Tarsilem selaku orang tua tercinta, dan Eka Ratna Sari selaku kakak yang selalu memberikan dukungan, saran dan doa, tidak lupa juga keluarga besar penulis di rumah.
9. Rekan dan teman yang selalu memberikan semangat dalam penulisan.
10. Rekan dan sahabat Ekonomi Manajemen angkatan 2018.

11. Mas Fadhil yang senantiasa memberikan doa dan dukungan baik secara moril atau materiil hingga sampai saat ini.
12. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat ditulis satu persatu. Harapan penulis, semoga laporan skripsi ini dapat memberikan inspirasi dan bermanfaat untuk kita semua. Aamiin.

Purwokerto, 11 April 2022

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
RINGKASAN	xiii
<i>SUMMARY</i>	xiv
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Loyalitas pelanggan.....	9
B. CitraMerek.....	15
C. Kualitas Pelayanan	17
D. Persepsi harga.....	19
E. Penelitian Terdahulu	22
F. Kerangka Pemikiran.....	25
G. Hipotesis.....	27
III. METODOLOGI PENELITIAN DAN ANALISIS	28
A. Metode Penelitian.....	28
B. Metode Analisis.....	33
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43

A. Gambaran Umum Responden	43
B. Deskripsi Jawaban Responden	45
C. Hasil Analisis Penelitian	49
D. Pembahasan.....	61
V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Implikasi.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Aktivasi Member Oriflame	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4.1 Melakukan Pembelian Produk Oriflame.....	43
Tabel 4.2 Terdaftar menjadi member oriflame	44
Tabel 4.3 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.4 Rentang Usia.....	44
Tabel 4.5 Tanggapan responden terhadap variabel loyalitas pelanggan.....	45
Tabel 4.6 Tanggapan responden terhadap variabel citra merek.....	46
Tabel 4.7 Tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan	47
Tabel 4.8 Tanggapan responden terhadap variabel persepsi harga.....	48
Tabel 4.9 Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y1).....	50
Tabel 4.10 Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1).....	50
Tabel 4.11 Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	50
Tabel 4.12 Ringkasan Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X3)	50
Tabel 4.13 Ringkasan Uji Reliabilitas Kuesioner	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.15 Tabel Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4.16 Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel 4.18 Hasil Uji Determinasi (R ²)	57
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	58
Tabel 4.20 Hasil Uji t.....	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pertumbuhan Penjualan Kosmetik di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Top Issue On Social Media	3
Gambar 1. 3 Grafik aktivasi member oriflame di Purwokerto	4
Gambar 2.1 Model Pemikiran.....	27
Gambar 4.1 Histogram Hasil Uji N	52
Gambar 4.2 Uji <i>Normality Plot</i>	53
Gambar 4.3 .Kurva Uji F	58
Gambar 4.4 Kurva Uji t variabel X1	59
Gambar 4.5 Kurva Uji t variabel X2.....	60
Gambar 4.6 Kurva Uji t variabel X3.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner untuk responden	70
Lampiran 2. Data Karakteristik Responden	75
Lampiran 3. Tabulasi Data 30 Responden untuk Uji Validitas dan Reliabilitas ...	76
Lampiran 4. Data Penelitian.....	80
Lampiran 5. Validitas Loyalitas Pelanggan	92
Lampiran 6. Uji Validitas Citra Merek (X1).....	93
Lampiran 7. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)	94
Lampiran 8. Uji Validitas Persepsi Harga (X3).....	95
Lampiran 9. Uji Reliabilitas.....	96
Lampiran 10. Uji Normalitas	97
Lampiran 11. Uji Multikolinieritas	98
Lampiran 12. Uji Heteroskedastisitas	99
Lampiran 13. Uji Analisis Linier Berganda.....	100
Lampiran 14. Uji Determinasi (R^2).....	101
Lampiran 15. Uji F.....	102
Lampiran 16. Tabel R	103
Lampiran 17. Tabel F.....	104
Lampiran 18. Tabel t.....	107