

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PRODUK MS GLOW DI KABUPATEN NGANJUK**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna
Memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

KARINA ANGGRAHINI
NPM. 18.1.02.02.0157

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2022

Skripsi oleh :

KARINA ANGGRAHINI

NPM : 18.1.02.02.0157


Judul :

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PRODUK MS GLOW DI KABUPATEN NGANJUK**


Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal :

Pembimbing I


Zulistian, S.Pd., M.M
NIDN. 0711118603

Pembimbing II


Rony Kurniawan, M.M
NIDN. 0730076804

Skripsi Oleh:

KARINA ANGGRAHINI
NPM : 18.1.02.02.0157

Judul:

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PRODUK MS GLOW DI KABUPATEN NGANJUK**

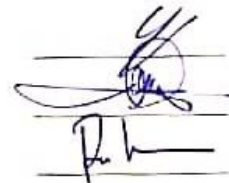
Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada Tanggal: 20 Juli 2022

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

Ketua : Zulistiani, M.M
Penguji I : Prof. Dr. Sugiono, M.M
Penguji II : Rony Kurniawan, M.M



Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Karina Anggrahini
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. lahir : Nganjuk, 9 Maret 2000
NPM : 18.1.02.02.0157
Fakultas : Fakultas Ekonom dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 20 Juli 2022

Yang Menyatakan



KARINA ANGGRAHINI

NPM: 18.1.02.02.0157

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

*Orang Yang Meraih Kesuksesan Tidak Selalu Orang
Yang Pintar. Orang Yang Selalu Meraih Kesuksesan
Adalah Orang Yang Gigih Dan Pantang Menyerah.*

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk :
Seluruh keluargaku dan semua orang yang tercinta.

ABSTRAK

Karina Anggrahini : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk MS Glow Di Kabupaten Nganjuk. Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya produk kecantikan saat ini akan mempengaruhi munculnya banyak persaingan terutama di industri perawatan kulit. Dilihat dari produknya memiliki kemampuan untuk membuat konsumen lebih puas, dalam persaingan ini juga akan menimbulkan banyaknya tantangan bagi para *seller* agar tetap mempertahankan pangsa pasarnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada produk MS Glow di Kabupaten Nganjuk secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah kuantitatif kausalitas dengan data dari kuesioner. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik purposive sampling untuk menentukan responden sebanyak 40 orang dari sebagian pelanggan produk MS Glow di Kab. Nganjuk. Teknik analisis data yang digunakan ialah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t, uji F mengolah data dengan bantuan aplikasi *IMB SPSS Statistics 20 For windows*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh hasil Uji F, $F_{hitung} 22,537 > F_{tabel} 2,852$ hal ini berarti terbukti bahwa secara simultan harga(X1), Kualitas Produk(X2), dan Citra Merek(X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan(Y). Hasil Uji t nilai t_{hitung} berada didaerah penolakan $H_0 > t_{tabel} 1,685$. Artinya bahwa masing-masing variabel X secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan(Y).

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Skripsi dengan judul ``Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Ms Glow Di Kabupaten Nganjuk`` ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada :

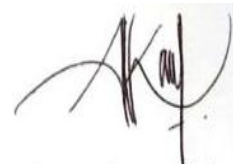
1. Dr. Zaenal Afandi, M. Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswanya
2. Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan semangat kepada mahasiswanya
3. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu sabar dalam membantu mahasiswanya
4. Zulistiani, S.Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini.
5. Rony Kurniawan, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan motivasi dengan sabar dalam menyusun skripsi ini.

6. Kedua Orang Tua dan Seluruh Keluarga yang telah mendukung saya dan memberikan motivasi selama mengerjakan skripsi ini
7. Saya ucapkan terima kasih kepada kawan-kawanku yang memberikan semangat untuk mengerjakan skripsi ini
8. Terima kasih untuk Fanti selaku rekan dalam perjuangan mulai dari penyusunan sempro hingga skripsi selalu ada untuk membantu dan bertukar pikiran untuk menyusun skripsi ini.
9. Ucapan terimakasih juga saya sampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Akhirnya dengan harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudera luas.

Kediri, 20 Juli 2022

Penulis



Karina Anggrahini
NPM: 18.1.02.02.0157

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	2
A. Latar Belakang Masalah	2
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	11
F. Kegunaan Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Teori	12
1. Loyalitas Pelanggan	12
2. Harga.....	17
3. Kualitas Produk	27
4. Citra Merek	32
B. Kajian Penelitian Terdahulu	36
C. Kerangka Berpikir	45
1. Hubungan Harga dengan Loyalitas Pelanggan	45
2. Hubungan Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan	45
3. Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan	46
4. Hubungan Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	47
D. Kerangka Konseptual	48
E. Hipotesis	49
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Variabel Penelitian	50

1. Identifikasi Variabel Penelitian	50
2. Definisi Operasional Variabel	51
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian	52
1. Pendekatan Penelitian	52
2. Teknik Penelitian	53
C. Tempat dan Waktu Penelitian	53
1. Tempat Penelitian	53
2. Waktu Penelitian	53
D. Populasi dan Sampel	54
1. Populasi	54
2. Sampel.....	54
E. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	55
1. Instrumen Penelitian	55
2. Validasi Instrumen	57
F. Teknik Analisa Data	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	70
A. Gambaran Umum Penelitian	70
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	70
2. Gambaran Umum Subjek Penelitian	73
B. Deskripsi Data Variabel	76
1. Deskripsi Variabel Terikat (Loyalitas Pelanggan)	76
2. Deskripsi Variabel Bebas	77
C. Analisis Data Hasil Penelitian	80
1. Uji Asumsi Klasik	80
2. Analisis Regresi Linier Berganda	84
3. Koefisien Determinasi	85
4. Uji Hipotesis	86
D. Pembahasan	88
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	92
A. Simpulan	92
B. Implikasi	93
C. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 3.2	Skala Likert	56
Tabel 3.3	Kisi Kisi Instrumental.....	57
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	58
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	74
Tabel 4.2	Tingkat Usia Responden.....	74
Tabel 4.3	Jenis Pekerjaan Responden.....	75
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	76
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Variabel Harga.....	77
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk.....	78
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merk.....	79
Tabel 4.8	Uji Multikolonieritas.....	81
Tabel 4.9	Hasil Uji Autokorelasi.....	83
Tabel 4.10	Hasil Analisis Linier Berganda.....	84
Tabel 4.11	Hasil Uji Determinasi.....	85
Tabel 4.12	Hasil Uji T.....	86
Tabel 4.13	Hasil Uji F.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	80
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	100
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian.....	102
Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	106
Lampiran 4 Uji Autokorelasi.....	113
Lampiran 5 Hasil Uji Multikolonieritas.....	114
Lampiran 6 Output SPSS Statistik Deskriptif.....	116
Lampiran 7 Penelitian Terdahulu.....	123
Lampiran 8 Surat Pengantar Penelitian.....	127
Lampiran 9 Berita Acara Bimbingan.....	128

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada masa yang semakin modern ini banyak sekali inovasi-inovasi baru yang bermunculan disektor usaha bidang produksi produk kecantikan, dikarenakan banyak sekali permintaan konsumen khususnya wanita yang mendambakan paras cantik natural menjadi sebuah trend dimasa kini. Dengan adanya persoalan itu para pengusaha berlomba-lomba untuk menciptakan produk *skincare* yang berkualitas. Produk yang berkualitas sangat penting karena untuk menentukan berhasil tidaknya produk yang diproduksi dapat menembus pasar. kemudian munculah persoalan di beberapa perusahaan yang menghasilkan produk sama dengan perusahaan yang lain sehingga menimbulkan persaingan yang ketat, untuk menghadapi masalah ini perusahaan berkompetisi dalam memasarkan produk yang dihasilkan dengan terus berusaha menciptakan inovasi baru. Sebuah perusahaan satu dengan perusahaan lainnya saling mengunggulkan kualitas produk yang dihasilkan mempunyai kualitas baik dan unggul dari perusahaan lainnya.

Seiring berjalannya waktu industri yang paling pesat berkembang saat ini adalah produk kecantikan. Produk kecantikan seperti *Skincare* termasuk dalam produk perawatan khususnya bagi para kaum hawa untuk meningkatkan rasa kepercayaan diri dikalayah publik. Semakin modernya zaman sekarang ini produk *skincare* menjadi suatu kebutuhan yang sangat

penting bagi seorang wanita . Seringkali wanita merasa dibuat tidak nyaman dengan tubuh dan merasa kurang puas dengan kecantikan alami dirinya, sehingga mereka berusaha untuk mencari cara agar dapat tampil lebih cantik dan menarik dengan melakukan perawatan-perawatan menggunakan produk kecantikan untuk mendapatkan penampilan sempurna.

Bagi sebagian masyarakat yang menganggap bahwa untuk melakukan perawatan kulit dengan menggunakan produk *skincare* cukup menguras budget apalagi ditambah konsultasi dan pembelian produk yang harus dilakukan setiap bulannya, oleh karena itu tidaklah harus melakukan perawatan kulit di klinik kecantikan melainkan dengan menggunakan produk *skincare* yang menyediakan konsul gratis pada konsumennya melalui via japri *whatapss*. Namun jangan lupa selalu perhatikan produk kecantikan yang dipakai dalam perawatan wajah terjamin keamanannya telah mengantongi ijin dari Departemen Kesehatan Indonesia. Jangan berfikir bahwa bila telah dirawat oleh produk *skincare* terbaik, maka akan selamanya terbebas dari permasalahan kulit termasuk jerawat. Apalagi bila sangat malas membersihkan muka, munculnya jerawat bisa datang kapan saja. Memegang jerawat, bahkan memencet jerawat sendiri dapat akan menyebabkan peradangan, pembengkakan, dan membuat jerawat semakin banyak.

Kekeliruan persepsi dari masyarakat tentang perawatan kulit sering ditemukan, banyak yang menganggap bila sudah sembuh, tapi beberapa minggu atau bulan kemudian muncul kembali jerawat, dan menganggap bahwa produk tersebut menyebabkan ketergantungan. Memang bisa terjadi

demikian bila menggunakan produk yang mengandung bahan-bahan kimia. Dimana partikel tersebut akan mengakibatkan penyumbatan pori-pori. Akan tetapi apabila sudah menggunakan produk *skincare* dari berbagai merek kemudian beberapa saat kemudian tumbuh kembali jerawat, maka sangat mungkin ada kesalahan dalam cara memperlakukan kulit wajah.

Belakangan ini, masyarakat modern kian memahami cara menjaga kesehatan. Konsumsi aneka jenis makanan sehat yang diimbangi aktivitas fisik tentu membuat tubuh lebih bugar, namun kesehatan kulit wajah kerap diabaikan, terutama pada kalangan remaja awal yang memiliki sejumlah aktivitas yang cukup banyak. Faktanya menjaga kesehatan kulit juga penting, masalah kulit berjerawat atau gangguan kesehatan kulit lainnya tentu akan membuat seseorang merasa terganggu dan tidak percaya diri. Contohnya pada saat jerawat muncul, kebiasaan orang malah memegang dan memencet jerawat tersebut, padahal jerawat tersebut perlu penanganan khusus agar nantinya tidak menimbulkan bekas pada wajah.

Kulit yang sehat adalah kondisi yang membuat kita merasa nyaman, sehat dan bebas beraktivitas dengan keadaan kulit saat ini. Kesehatan kulit dapat ditandai dengan tekstur kulit yang lembut, lembab, terasa nyaman, bebas dari jerawat, segar, bersih, atau tidak terdapat flek-flek hitam. Sebagai organ tubuh terluar, kulit tentu rentan terkontaminasi kotoran, kuman, jamur, dan sejumlah *microorganism* lainnya. Oleh sebab itu, kulit juga patut dirawat secara seksama dan teratur agar terhindar dari risiko dan permasalahan kulit yang terjadi, terutama pada wajah.

Merawat wajah sebenarnya tidaklah susah, hanya tergantung bagaimana cara kita merawatnya dan membersihkannya. Semua bisa dilakukan dengan mudah jika ada kemauan dan telah mengetahui jenis kulit dan produk kecantikan yang cocok. Sehingga kulit wajah akan mendapatkan perawatan yang tepat dan terbebas dari masalah kulit wajah. Wajah memang menjadi salah satu bagian tubuh yang bisa mencerminkan kepribadian seseorang. Wajah yang bersih dan terawat menandakan orang tersebut peduli terhadap kesehatan. Merawat wajah merupakan kesadaran diri sendiri bahwa menjaga kesehatan kulit wajah itu sangatlah penting dilakukan. Agar masalah kulit pada wajah tidak mudah muncul, serta bisa mengubah pola pikir untuk tidak mengabaikan dalam merawat kulit, yang nantinya juga bermanfaat bagi diri sendiri.

Pada produk *skincare* yang dipasarkan menggunakan bahan -bahan alami dan ringan serta aman diberbagai jenis kulit. Merek yang sedang populer dikalangan wanita remaja hingga dewasa saat ini adalah *Ms Glow*, *Avoskin*, *Scarlet*, *Wardah*, *Somethinc*, *Some By Mi Snail Truecica*, *Everwhite* dan masih banyak lagi. Namun pada penelitian ini penulis akan membahas Produk Skincare Ms Glow cocok dan bagus untuk remaja hingga wanita dewasa dapat menunjang penampilan yang lebih cantik natural dan mempesona atau bahasa gaulnya zaman sekarang yaitu *glowing*(Bersinar).

Pada dasarnya pelanggan yang memperoleh kepuasan dalam pelayanan merupakan modal dasar bagi perusahaan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Memiliki pelanggan yang loyal merupakan tujuan akhir dari

semua perusahaan, tetapi kebanyakan perusahaan tidak menyadari bahwa loyalitas pelanggan dibentuk melalui tahapan yang dimulai dari mencari calon pelanggan potensial sampai dengan *Advocate Customer* yang akan membawa keuntungan bagi perusahaan. Perilaku pelanggan atau konsumen yang diharapkan tetap terus ada bagi perusahaan adalah loyalitas. Loyalitas berarti pelanggan terus melakukan pembelian secara berkala. Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas pelanggan merupakan salah satu tujuan inti yang diupayakan dalam pemasaran modern. Hal ini dikarenakan dengan loyalitas diharapkan perusahaan akan mendapatkan keuntungan jangka panjang atas hubungan mutualisme yang terjalin dalam kurun waktu tertentu. Menurut Oliver (2014) dalam Jeremia dan Djurwati (2019:833) *customer loyalty* atau loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang erat oleh pelanggan untuk membeli atau mengedepankan suatu produk berupa barang atau jasa secara konsisten, hal ini menyebabkan pembelian berulang pada brand yang sama, meskipun pelanggan tersebut mendapatkan pengaruh situasional atau *marketing* dari *kompetitor* untuk mengganti brand lain.

Dalam menanamkan rasa kepercayaan loyalitas pada produk konsumen dipengaruhi oleh tiga aspek yaitu harga, kualitas produk dan citra merek sehingga dapat menimbulkan ketertarikan konsumen untuk membeli produk tersebut serta konsumen dapat mengambil keputusan untuk berlangganan pada produk MS Glow. Aspek yang pertama adalah harga. Menurut (Pertiwi,

2016) harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran / transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk (Kotler dan Armstrong dalam jurnal Pertiwi, dkk, 2016:181). Pengertian dari beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa harga merupakan suatu nilai mata uang guna untuk melakukan pembayaran yang dilakukan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Kemudian apabila konsumen sudah mencoba menggunakan produk merasa cocok dan puas, maka harga akan menjadi pengaruh penting bagi konsumen untuk loyal terhadap produk MS Glow.

Aspek kedua adalah Kualitas produk hal yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Semakin baik kualitas suatu produk, maka dapat meningkatkan minat konsumen dan kepercayaan untuk membeli atau memilihnya sebagai langganan tetap. Menurut (Kotler and Keller, 2017) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut. Oleh karenanya produk MS Glow dengan label halal sebagai jaminan kualitas dan dapat meningkatkan rasa percaya diri seorang wanita selalu mengutamakan kualitasnya yang dibuat dari bahan-

bahan yang aman dan halal serta tidak menggunakan bahan-bahan yang dapat membahayakan kesehatan konsumen, selain bagus digunakan serta dapat menunjang penampilan yang lebih cantik dan mempesona bagi para kaum wanita.

Aspek ketiga adalah citra merek. Citra Merek menurut Kotler dalam (Fandy Tjiptono, 2015), merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, huruf huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Definisi tersebut dapat diambil kesimpulan sederhana bahwa merek merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian produk maupun menggunakan jasa. Menurut (Ali Hasan, 2018) citra merek mencerminkan perasaan yang dimiliki konsumen dan bisnis tentang keseluruhan organisasi serta produk atau lini produk individu. Dan pada akhirnya merek memegang peranan yang penting dalam pemasaran karena melalui citra merek konsumen akan mengenali kualitas produk dan mengecilkan resiko pembelian dan kepuasan terhadap produk MS Glow.

Dari uraian aspek diatas, saya selaku penulis tertarik untuk mengambil produk MS Glow sebagai objek penelitian. Alasan saya tertarik meneliti Produk MS Glow karena Produk ini adalah salah satu produk di era sekarang yang lagi ramai-ramainya diminati banyak kalangan wanita mulai dari remaja hingga dewasa dari situasi ini penulis terpikirkan untuk mengetahui dalam bisnis produk kosmetik dan skincare ini dapat menentukan sukses atau

tidaknya suatu usaha pada loyalitas pelanggan dalam mempercayakan perawatan tubuh dengan berlangganan membeli produk. Dengan semakin banyaknya konsumen yang membeli Produk MS Glow tersebut, maka akan semakin besar kesuksesan MS Glow di mata konsumen.

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang “ PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK MS GLOW DI KABUPATEN NGANJUK.”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, identifikasi masalah yang dapat diambil sebagai berikut :

1. Harga pada produk MS Glow tergolong terjangkau dikalangan ekonomi menengah ke atas(bagi yang sudah bekerja) , namun untuk remaja atau pelajar masih belum masuk kriteria terjangkau untuk dibeli.
2. Kualitas Produk MS Glow masih sering diragukan ke-Originalannya karena masih banyak beredar produk MS GLOW dengan harga dibawah standar pusat yang tidak pasti dalamnya original tidaknya produk tersebut.
3. Citra merek produk MS Glow sudah tergolong produk yang best seller dikalangan masyarakat , Namun masih banyak saingan produk lainnya

yang menciptakan produk-produk baru yang memiliki keunggulan di harga yang terjangkau

4. Sering terjadi komplain para pelanggan karena kurang cepatnya proses keberhasilannya, sehingga menimbulkan rasa tidak percaya dan beralih ke produk lain yang lebih cepat prosesnya.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dibatasi hanya membahas sebatas pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk MS GLOW di Kabupaten Nganjuk.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah masalah diatas maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk MS GLOW di Kabupaten Nganjuk secara parsial?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk MS GLOW di Kabupaten Nganjuk secara parsial ?
3. Apakah ada pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk MS GLOW di Kabupaten Nganjuk secara parsial ?

4. Apakah ada pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk MS GLOW di Kabupaten Nganjuk secara simultan ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan menganalisis pengaruh :

1. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk MS GLOW di Kabupaten Nganjuk
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk MS GLOW di Kabupaten Nganjuk
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk MS GLOW di Kabupaten Nganjuk
4. Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk MS GLOW di Kabupaten Nganjuk

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah dapat memberikan manfaat , dijbarkan sebagai berikut :

1. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan informasi bagi perusahaan tentang faktor-faktor seperti harga, kualitas produk dan citra merek yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, sehingga dapat

diimplementasikan dalam menentukan strategi yang harus di tetapkan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualannya.

2. Kegunaan Teoretis

Menambah literatur di perpustakaan yang berguna bagi pembaca dan memperluas wawasan di bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai harga, kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Dan penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneiti dimasa depan dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan untuk dunia pemasaran yang lebih maju.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan (2018) 'Jurnal Indovisi; Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan harga Terhadap Minat Beli Pakaian', *Indonesoan Indovisi Institute*, 1(Iii).
- Arikunto (2018) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2018) *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep & Strategi*, FT RajaGrafindo Persada.
- Astuti, N. and Pribadi, J. (2017) 'Perbedaan Persepsi Kualitas, Kepuasan, Dan Loyalitas Konatif Pengunjung Museum Kota Banda Aceh (Studi Pada Museum Tsunami Aceh Dan Museum Aceh)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(1).
- Buchari, A. (2017) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Jakarta: Alfabeta.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W. and Respati, N. N. R. (2019) 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11). doi: 10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19.
- Dewi Kurniawati, Suharyono, A. K. (2014) 'Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang)', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(2).
- Faizah, N. (2017) 'Pengaruh Citra Merek, Iklan, Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen', *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*.
- Fandy Tjiptono (2015) *Strategi Pemasran*. yogyakarta: andi.
- Ferdinan, C. E. and Nugraheni, R. (2013) 'Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki (Studi Pada Pembeli – Pengguna Sepeda Motor Suzuki di Kota Solo)', *Diponegoro Journal of Management*, 2(2).
- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9*. edisi ke-9. Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2016) 'Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Alih Bahasa Dr. Dwi Kartini Yahya.', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 15(1).
- Hengestu, N. and Iskandar, D. A. (2017) 'Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan', *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(3). doi: 10.36226/jrmb.v2i3.70.

- Irawan (2020) *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kain Textile (Studi Kasus: Toko Mumbay Textile House Of Fashion)*, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Iriyanti, E., Qomariah, N. and Suharto, A. (2016) 'Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2(1).
- Kartika, D. A., Hurriyati, R. and Razati, G. (2018) 'Gambaran Kepribadian Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Tabur Pixy Di Indonesia', *Journal of Business Management Education (JBME)*, 3(3). doi: 10.17509/jbme.v3i3.14310.
- Kotler, P. dan K. K. (2018) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2017) *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1 dan 2, Alih Bahasa: Bob Sabran, Jakarta: Erlangga*.
- Kuhri, A. (2020) 'Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas produk, Harga, dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Kopi dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderating', in *Skripsi. Salatiga: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga*.
- Laili, R. R. and Canggih, C. (2021) 'Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Label Halal Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Body Lotion Citra (Studi Kasus Mahasiswa Surabaya)', *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 8(6). doi: 10.20473/vol8iss20216pp743-756.
- Laksana, F. (2017) *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis, Graha Ilmu*.
- Lupiyoadi (2017) *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik, Salemba Empat*.
- Nursalam, 2016, metode penelitian and Fallis, A. . (2013) 'Kajian Teori Kerangka Pemikiran dan Hipotesis', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Pertiwi, D. (2016) 'Pengujiian Efisiensi Pasar Dan Tingkat Konvergensi Harga Komoditas Kopi Arabika Dan Kopi Robusta (Studi Kasus pada Pasar Komoditas Berjangka di Indonesia)', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(2). doi: 10.9744/pemasaran.9.2.43-53.
- Pramudyo, A. (2012) 'Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Intervening', *JBMA*, 1(1).
- Saputra, A. (2016) 'Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Konsumen Toyota Agya Di Kota Medan)', *Manajemen Bisnis STIE IBBI*, 25(1).
- Siregar, N. and Hakim, F. (2017) 'Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoenng Deli Medan', *Jurnal Manajemen Tools*, 8(2).

- Sugiyono (2017) *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*, Bandung: Alfabeta.
- Susi Mentari Sinurat, E., Lumanauw, B. and Roring, F. (2017) 'Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Suzuki Ertiga', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Tomida, M. and Satrio, B. (2016) 'Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Footwear Yongki Komaladi di Surabaya', *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*, 5.
- W. Surakhmad (2017) 'Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar', *Teknik Tarsito*.
- Wibisono, E. S. (2019) *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo*, *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Winata, A. and Fiqri, I. A. (2017) 'Pengaruh Harga dan Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Emersia di Bandar Lampung', *Jurnal Management Magister*, 03(02).
- Wulandari, R. (2014) 'Pengaruh Citra Merk, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone', *ekonomi dan bisnis*, 85(1).