

**ANALISIS *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KLINIK KECANTIKAN
LORIS KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH:
AMANDA JEANRANI DYAH PERMATA SARI
NPM: 2012010150

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2024**

Skripsi oleh:

AMANDA JEANRANI DYAH PERMATA SARI
NPM: 2012010150

Judul:

**ANALISIS *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KLINIK KECANTIKAN
LORIS KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Tanggal: 13 Juni 2024

Dosen Pembimbing I



Basthoumi Muslih, M.M.
NIDN. 0715127402

Dosen Pembimbing II



Dodi Kusuma Hadi Soedjoko, SH., M.M
NIDN: 0701018607

Skripsi Oleh:

AMANDA JEANRANI DYAH PERMATA SARI
NPM: 2012010150

Judul:

**ANALISIS *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KLINIK KECANTIKAN
LORIS KEDIRI**

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

Tanggal: 09 Juli 2024


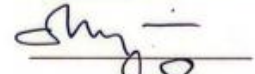
Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

Ketua : Basthoumi Muslih, M.M.

Penguji I : Edy Djoko Soeprajitno, S.E., M.M.

Penguji II : Dodi Kusuma Hadi Soedjoko., SH., M.M.



Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Amanda Jeanrani Dyah Permata Sari
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. lahir : 15 Januari 2002
NPM : 2012010150
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, 09 Juli 2024
Yang Menyatakan



3000
Rp
METERAI
TEMPEL
30AALX259027852

AMANDA JEANRANI
NPM: 2012010150

MOTTO:

“Percayalah pada dirimu sendiri dan semua yang kamu miliki, karena kamu lebih besar dari ujian yang kamu hadapi”

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kerendahan hati dan kesabaran yang luar biasa. Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Untuk Cinta Pertama & Panutan Saya Bapak Supriyo Beliau memang tidak sempat merasakan Pendidikan sampai Bangku Perkuliahan, namun beliau dapat mendidik, mendoakan, memberi semangat, dan memotivasi memberi dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya hingga Sarjana.
2. Pintu Surgaku, Ibunda Emie Sulistijowati yang tidak henti-hentinya memberikan Kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan Motivasi serta doa hingga penulis mampu menyelesaikan studinya hingga Sarjana.
3. Untuk Kakak & Anakku tercinta Andy Pratama Putra & Adhitama Elvan Terima Kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini. Terima kasih atas semangat dan doa dan cinta yang selalu diberikan kepada Penulis.

4. Kepada Bapak dan Ibu dosen Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah membimbing dan mendukung saya sehingga bisa menyelesaikan skripsi sesuai target.
5. Terima Kasih untuk sahabat sahabat saya Adelin, Alya, Alvina, Enggrit, Nindya, Lexia, Wahyu Puji dan Virginia yang selalu membantu kerumitan dalam menyusun skripsi penulis. Terima kasih sudah menjadi teman yang baik yang selalu memberikan motivasi, arahan dan semangat.
6. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan oleh diri sendiri.

ABSTRAK

Amanda Jeanrani Dyah Permata Sari: Analisis *Brand Image*, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Klinik Kecantikan Loris Kediri. Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, Promosi, Loyalitas Konsumen

Penelitian ini dilatar belakangi oleh permasalahan yang timbul disebabkan oleh faktor *Brand Image*, kualitas produk dan promosi terhadap loyalitas konsumen oleh konsumen Klinik Kecantikan Loris Kediri. Tujuan dalam penelitian ini yaitu mengetahui dan menganalisis pengaruh *Brand Image*, kualitas produk dan promosi terhadap loyalitas konsumen secara parsial maupun simultan di Klinik Kecantikan Loris Kediri. Variabel penelitian ini seperti *Brand Image*, kualitas produk, promosi dan loyalitas konsumen. Dalam penelitian ini populasi yang diambil yaitu para konsumen yang membeli produk di Klinik Kecantikan Loris Kediri. Teknik penentuan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Pendekatan penelitian yang dilakukan saat ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik penelitian adalah kausal. Teknik analisis regresi linier berganda dengan tingkat kepercayaan 5% untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain dengan menggunakan uji hipotesis (uji t dan uji F) dan *adjusted R Square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image*, kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen secara parsial maupun secara simultan dan uji *adjusted R Square* menunjukkan nilai 0,633 yang berarti 63,3% sedangkan sisanya yaitu sebesar 36,7% diterangkan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “Analisis *Brand Image*, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Klinik Kecantikan Loris Kediri” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen 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. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Basthoumi Muslih, M.M. selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan banyak motivasi, nasihat, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi
5. Dodi Kusuma Hadi Soedjoko, S.H., M.M. selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan banyak motivasi, nasihat, dan pengarahan dalam penyusunan skripsi
6. Kedua orang tua yang sangat kusayangi, yang selalu memberikan doa dan dukungannya.
7. Sahabat penulis Alvina, Alyantria Enggrit, Adelin, Nurul, Mas Anas, Mas Angga selama penulis menyelesaikan penulisan skripsi.
8. Seluruh teman-teman Manajemen Angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama penulisan skripsi.
9. Yang terakhir saya ucapkan terimakasih untuk diri saya sendiri Amanda Jeanrani Dyah P.S atas segala kerja keras dan semangatnya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan masukan, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia Pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 09 Juli 2024



AMANDA JEANRANI

NPM: 2012010150

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori	10
1. Loyalitas Konsumen	10
2. <i>Brand Image</i>	15
3. Kualitas Produk.....	18
4. Promosi	20
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Berpikir	26
D. Kerangka Konseptual	29
E. Hipotesis Penelitian	30

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Variabel Penelitian	32
1. Identifikasi Variabel Penelitian	32
2. Definisi Operasional Variabel	33
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian.....	35
1. Pendekatan Penelitian.....	35
2. Teknik Penelitian	36
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	36
1. Tempat Penelitian	36
2. Waktu Penelitian.....	37
D. Populasi dan Sampel	37
1. Populasi	37
2. Sampel	37
E. Instrumen Penelitian	38
1. Pengembangan Instrumen.....	38
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	41
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	43
1. Sumber Data	43
2. Teknik Pengumpulan Data	44
G. Teknik Analisis Data	45
1. Analisis Deskriptif.....	45
2. Uji Asumsi Klasik	46
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
4. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	49
5. Uji Hipotesis	49

BAB IV	: HASIL DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	51
	B. Deskripsi Data Variabel	55
	C. Analisis Data Hasil Penelitian.....	61
	D. Pembahasan	67
BAB V	: SIMPULAN DAN SARAN	
	A. Simpulan.....	71
	B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Penelitian Skala Likert.....	39
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Kuisisioner Penelitian	39
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4.2 Tingkat Usia Responden	54
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	55
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Konsumen	56
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i>	57
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk	58
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	63
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi	64
Tabel 4.11 Hasil Uji t (parsial)	65
Tabel 4.12 Hasil Uji F (Simultan).....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	30
Gambar 3.1 Lokasi Loris Kediri melalui Google Maps	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Klinik Kecantikan Loris Kediri	52
Gambar 4.2 Uji Normalitas Grafik normal probability plot.....	61
Gambar 4.3 Grafik Scatterplots.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	76
Lampiran 2 : Tabulasi Data	82
Lampiran 3 : <i>Output</i> SPSS	87
Lampiran 4 : Dokumentasi.....	102

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin berkembangnya dunia *fashion* banyak orang juga ingin tampil lebih baik, tidak menutup kemungkinan untuk melakukan perawatan tubuh menjadi hal yang sangat penting saat ini, dengan mempercantik diri dan melakukan perawatan wajah untuk menjaga agar kulit lebih tampak sehat dan cerah. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut banyak perusahaan terutama dalam bidang kecantikan yang berkembang pesat membuat pelaku bisnis dituntut untuk membuat produk yang beragam dan berkualitas sehingga dapat memuaskan para konsumen serta memenangkan persaingan.

Semua wanita ingin tampil lebih baik di depan orang banyak, hal ini membuat banyak orang menggunakan produk-produk kecantikan yang akan menunjang penampilannya. Dengan kata lain wanita maupun pria akan menggunakan produk-produk kecantikan. Terutama bagi para wanita adalah hal yang utama, sehingga banyak wanita memakai produk-produk kecantikan yang sesuai dengan jenis kulit. Demi memuaskan kebutuhan dalam hal kecantikan wanita rela mengeluarkan biaya yang mahal untuk sebuah produk kecantikan. Apalagi jika kualitas yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan yang mengeluarkan produk-produk kecantikan dengan berbagai merek khususnya untuk perawatan kecantikan wajah.

Sejalan dengan perkembangan teknologi dan budaya, para ahli kecantikan dapat menciptakan berbagai produk yang dapat membantu konsumen wanita maupun pria untuk mengatasi masalah yang sedang dihadapi. Saat ini sudah banyak merek produk kecantikan yang beredar dan banyak kita temui di pasaran seperti Bening klinik, Larissa Aesthetic Center, Naavagreen, Erha, MS GLOW Natasha, Haifa Beauty dan lain-lain yang dari setiap merek memiliki daya tariknya tersendiri sehingga konsumen sulit dalam menentukan pilihan merek apa yang akan dipilih untuk selalu digunakan. Konsumen wanita pengguna produk kecantikan juga beragam, mereka bisa berbeda dalam usia, pekerjaan, gaya hidup, budaya, kelas sosial, pendapatan, persepsi, sikap dan sebagainya. Hal ini yang membuat para pengusaha dalam bidang kecantikan harus tetap menjaga kualitas produk yang dimiliki, terutama menjaga loyalitas konsumen agar terus menggunakan produk atau jasa yang disediakan dan tidak berpindah ke klinik kecantikan pesaing.

Menurut Simarmata et al. (2021:56) Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Mereka secara terus menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk tersebut. Adapun faktor loyalitas konsumen yaitu *Brand Image*, Semakin kuat *Brand Image* di benak pelanggan maka

semakin kuat pula rasa percaya diri pelanggan terhadap suatu produk maupun jasa yang akan berdampak pada konsumen, sehingga hal tersebut dapat mengantarkan sebuah perusahaan untuk dapat mencapai target yang sudah ditentukan.

Menurut Kotler (2017:65), *Brand Image* mendeskripsikan sifat ekstrinsik yang artinya hal yang bisa dilihat atau dinilai bahkan sebelum konsumen atau orang menggunakan suatu produk atau layanan, termasuk cara merek tersebut dapat memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis dari konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Olvina (2023) dengan judul “Analisis Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Klinik Kecantikan Dr.X Di Bekasi”, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain *Brand Image* kualitas produk juga mempengaruhi dalam loyalitas konsumen, karena masyarakat juga sangat memperhatikan kualitas produk dalam memilih dan menggunakan suatu produk atau jasa, terlebih untuk produk kecantikan karena kualitas yang baik juga akan memberikan efek pada pengguna produk kecantikan. Menurut Kotler (2017:42) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, keandalan, 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. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aryanti & Suyanto (2019) dengan judul “Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan”, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek memberikan hasil positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian kepuasan pelanggan juga memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Saat ini juga sangat diperlukan oleh para pengusaha kecantikan untuk melakukan suatu promosi, promosi bukan hanya dilakukan dengan pamflet atau poster, namun juga bisa dilakukan menggunakan media sosial, karena semakin berkembangnya teknologi saat ini perusahaan juga harus mampu bersaing dalam mempromosikan produk kecantikan yang dijalankan melalui media sosial. Sebagai contoh yang dilakukan oleh *brand* MS Glow produk ini tergolong produk baru dikalangan masyarakat namun hampir seluruh masyarakat Indonesia tidak asing lagi dengan produk ini karena perusahaan selalu aktif dalam mempromosikan produk dari MS Glow.

Menurut Tjiptono (2017:41), promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ida (2019) dengan judul “Pengaruh Persepsi

Harga, Promosi Penjualan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga, promosi penjualan, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Klinik kecantikan Loris Kediri merupakan sebuah klinik yang berkonsentrasi dalam bidang kesehatan kulit wajah dan tubuh, Klinik Kecantikan Loris Kediri menjual produk-produk kosmetik yang berbahan dasar alami dan aman digunakan oleh konsumen. Produk yang dijual oleh kosmetik DMR berupa obat- obatan yang dikemas dalam berbagai macam bentuk kosmetik seperti cream, toner (pembersih wajah), pelembab, bedak, dan sebagainya. Klinik Kecantikan Loris Kediri tidak hanya menjual produk kecantikan saja melainkan juga terdapat layanan perawatan *facial*, *peeling*, *whitening* dan lain-lainnya.

Pada penelitian pertama menunjukkan bahwa klinik kecantikan Loris Kediri mengalami penurunan pelanggan, hal ini dikarenakan loyalitas pelanggan yang menurun, Manajer Loris Kediri Ibu Rini mengatakan bahwa “Loris Kediri tahun ini penurunan jumlah pelanggan karena brand di pasaran masih lemah sehingga banyak masyarakat yang mengetahui klinik kecantikan Loris Kediri selain itu citra merek Loris Kediri masih kalah dengan produk yang trend saat ini misalkan MS GLOW, hal ini menjadikan masyarakat juga masih meragukan kualitas produk Loris, promosi yang dilakukan masih dari mulut kemulut, dari media sosial *Instagram* dan spanduk spanduk jalan”.

Berdasarkan permasalahan yang ada maka peneliti berniat untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis *Brand Image*, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Masih banyak orang yang belum mengenal *brand* dari produk Loris Kediri
2. Kualitas produk yang masih kalah saing dengan kualitas produk yang saat ini sedang *trend*.
3. Kurangnya promosi yang dilakukan pada klinik kecantikan loris, membuat masyarakat belum banyak yang tau tentang produk Loris. Hal ini apabila dibiarkan akan menyebabkan klinik kecantikan akan mengalami penurunan loyalitas dan juga berdampak pada kerugian.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan latar belakang masalah maka peneliti membatasi diri dalam melakukan penelitian agar lebih terfokus dalam memecahkan permasalahan. Batasan-batasan penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi hanya pada pengaruh faktor *Brand Image*, kualitas produk, promosi terhadap loyalitas konsumen.
2. Objek penelitian berada pada Loris Kediri
3. Subjek yang diteliti adalah konsumen Loris Kediri

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka peneliti dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk kecantikan (studi kasus klinik kecantikan Loris Kediri)?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk kecantikan (studi kasus klinik kecantikan Loris Kediri)?
3. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk kecantikan (studi kasus klinik kecantikan Loris Kediri)?
4. Apakah *Brand Image*, kualitas produk, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada produk kecantikan (studi kasus klinik kecantikan Loris Kediri)?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat disimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengalisis *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk kecantikan (studi kasus klinik kecantikan Loris Kediri)
2. Untuk mengalisis kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk kecantikan (studi kasus klinik kecantikan Loris Kediri)

3. Untuk menganalisis promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk kecantikan (studi kasus klinik kecantikan Loris Kediri)
4. Untuk menganalisis kualitas produk, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada produk kecantikan (studi kasus klinik kecantikan Loris Kediri).

F. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

- a. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat digunakan untuk membandingkan teori manajemen yang didapat di bangku kuliah dengan yang terjadi dilapangan. Sebagai upaya lebih mendalami masalah Pemasaran serta menerapkan teori – teori yang telah diperoleh.

- b. Bagi akademis

1. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi penelitian berikut, serta memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu Pemasaran.
 2. Penelitian ini untuk membandingkan pengetahuan teori dengan kenyataan yang ada di dalam praktek, sehingga dapat diketahui sejauh mana pengetahuan teori dapat diterapkan dalam praktik.

2. Secara Praktis

a. Bagi Instansi

Laporan Tugas Akhir ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam bidang Manajemen Pemasaran khususnya tentang loyalitas konsumen, *Brand Image*, kualitas produk dan promosi.

b. Bagi Pembaca

Sebagai bahan pertimbangan bila menghadapi atau menemukan permasalahan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sunyoto. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Badan Penerbit IPWI.
- Anggraini. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna E-Wallet (Studi Kasus Pada E-Wallet OVO)*. Repository.Uinjkt.Ac.Id.
- Arif, Alfis. 2022. “Workshop Digitalisasi Pariwisata Desa Bantuan Kabupaten Lahat.” *FORDICATE* 1 (2). <https://doi.org/10.35957/fordicate.v1i2.2405>.
- Aryanti, Amelia Septian, and AMA Suyanto. 2019. “Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Analysis of Product Quality, Service Quality and *Brand Image* on Customer Satisfaction Clinic Beauty and Eff.” *E-Proceeding of Management* 6 (1): 131–38.
- Assauri. 2016. “Jenis-Jenis Inventory.” *Jenis-Jenis Inventory Perusahaan*. Jakarta. PT. Prehallindo.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran (Dasar Dan Konsep)*. Pemasaran.
- Ghozali. 2018. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan IBM SPSS 25.” *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun* 6 (2).
- Hurriyati, R. 2018. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Pelanggan*. Pendidikan Manajemen Bisnis.
- Ida Ayu Komang Sri Suastini, Kastawan Mandala. 2019. “Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Untuk

Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.” *E-Jurnal Manajemen* 8 (1): 7044–71.

Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*.
Repository.Unitomo.Ac.Id.

Kotler dan Keller. 2019. *Marketing Manajemen*. 14th ed. Harlow Pearson.

Kotler, P. 2017. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol*. PT. Prehallindo. Jakarta.

Kotler, Philip, and Gary Amstrong. 2017. *Marketing*. *BMC Public Health*. Vol. 5.

Olvina Margaret, Novi Yantih, Iha Haryani Hatta. 2023. “Analisis Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Klinik Kecantikan Dr. X Di Bekasi.” *Mahesa: Malahayati Health Student Journal* 3: 1–23.

Simarmata, Hengki Mangiring Parulian, Erika Revida, Iskandar Kato, Hijrayanti Sari, Sudung Simatupang, Andriasan Sudarso, Muhamad Faisal, et al. 2021. *Manajemen Perilaku Konsumen Dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi, Arikunto; 2017. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. 2017.

Tangkilisan, N. H. 2017. “Manajemen Publik.” PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Tjiptono, Fandy. 2017. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, Dan Penelitiab*. 1.

Widoyoko, Eko Putro. 2017. *Teknik Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*.
Yogyakarta. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Vol. 15.