

**ANALISIS SWOT DAN BRAND IMAGE PADA PRODUK THE BODY SHOP DI  
JAKARTA**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

Oleh:

Yulia Astuti Fransiska

1191901032

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
PRODI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BAKRIE  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun di rujuk telah saya nyatakan benar.**

**Nama : Yulia Astuti Fransiska**

**NIM : 1191901032**

**Tanda Tangan :** 

**Tanggal : Agustus 2023**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Yulia Astuti Fransiska

NIM : 1191901032


Program Studi : Manajemen


Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul Skripsi : Analisis SWOT dan Brand Image Pada Produk The Body Shop di Jakarta

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Suwandi, S.E., M.Si (  )

Penguji 1 : Dr. Dominica A. Widyastuti, S.E., M.M (  )

Penguji 2 : Holila Hatta, S.Pd., M.M. (  )

Ditetapkan di : Jakarta Tanggal  
: Agustus 2023

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis SWOT dan *Brand Image* Pada Produk The Body Shop di Jakarta**”.

Skripsi adalah salah satu syarat kelulusan penulis dalam mencapai gelar Sarjana di Universitas Bakrie.

Dengan selesainya Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan dukungan moral kepada penulis. Untuk itu penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak M Taufik Amir, S.E., M.M., Dr. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.
2. Bapak Suwandi, S.E., M.Si., Dr. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah mengarahkan, membantu, membimbing, serta memberikan nasehat kepada penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi.
3. Keluarga penulis terutama Bpk Nursyamsu (alm) dan Ibu Hj. Martini Ros (almh) selaku orang tua bagi penulis. Dan kakak-kakak penulis yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat bagi penulis.
4. Bapak Teguh Setyo Febriyanto selaku suami bagi penulis yang selalu mendoakan, membimbing, mengarahkan, membantu dan memberikan semangat bagi penulis dalam mengerjakan skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengarahkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta

Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yulia Astuti Fransiska

NIM : 1191901032

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Analisis SWOT dan *Brand Image* Pada Produk The Body Shop di Jakarta

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : Agustus 2023

Yang menyatakan



Yulia Astuti Fransiska

### **ABSTRAK**

Kosmetik menjadi kebutuhan sehari-hari. Fakta saat ini memberikan peluang bagi industri kosmetik untuk mengembangkan produk baik dari segi fungsi kosmetik maupun kemudahan pengguna, citra yang baik, dan kepercayaan konsumen terhadap produk kosmetik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran tentang analisis SWOT dan *Brand Image* The Body Shop. Untuk mengetahui analisis SWOT dan *Brand Image* pada produk The Body Shop bagi mahasiswa Universitas Bakrie. Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik dalam pengumpulan data melalui kuesioner, wawancara, dan observasi. Narasumber dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan produk The Body Shop. Hasil dari analisis SWOT dapat menghasilkan berbagai strategi dalam bersaing dengan perusahaan lain. Dalam analisis ini dapat dihasilkan dari segi internal dan eksternal perusahaan dan pembahasan *brand image* yang terdiri dari citra perusahaan, citra produk, dan citra pemakai yang menyatakan bahwa merek dari The Body Shop mudah diingat oleh konsumen.

**Kata kunci : The Body Shop, citra merek, analisis SWOT**

Yulia Astuti Fransiska

---

**ABSTRACT**

*Cosmetics are a daily necessity. Current facts provide opportunities for the cosmetic industry to develop products both in terms of cosmetic functions and ease of use, good image, and consumer confidence in cosmetic products. The purpose of this study is to provide an overview of SWOT analysis and The Body Shop Brand Image. To find out SWOT analysis and Brand Image on The Body Shop products for Bakrie University students. This type of research uses a qualitative descriptive method. Techniques in collecting data through questionnaires, interviews, and observation. The informants in this study are consumers who use The Body Shop products. The results of the SWOT analysis can produce various strategies to compete with other companies. In this analysis can be generated from the internal and external aspects of the company and discussion of brand image which consists of corporate image, product image, and user image which states that the brand from The Body Shop is easily remembered by consumers.*

**Keywords :** *The Body Shop, brand image, SWOT analysis.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
<b>BAB II .....</b>	<b>5</b>
<b>TUJUAN TEORITIS .....</b>	<b>5</b>
2.1 Brand.....	5
2.2 Brand Image.....	5
2.3 Analisis SWOT .....	7
2.4 Penelitian Terdahulu .....	9
2.5 Kerangka Pemikiran.....	11
<b>BAB III.....</b>	<b>13</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>13</b>
3.1 Metode Penelitian .....	13
3.2 Populasi dan Sampel .....	14
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	14
3.4 Teknik Analisis Data.....	16
<b>BAB IV .....</b>	<b>17</b>
<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>17</b>
4.1 Analisis SWOT .....	17
4.2 Analisis Brand Image.....	21



<b>BAB V .....</b>	<b>26</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>26</b>
5.1 Kesimpulan .....	26
5.2 Saran .....	26
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>28</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>30</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	11
Gambar 4.1 Website dan Aplikasi The Body Shop.....	23
Gambar 4. 2 Cinta Laura sebagai Brand Ambassador.....	24

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 4.1 Analisis SWOT.....	17
Tabel 4. 2 Matriks SWOT.....	18