

**ANALISIS *BRAND TRUST* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT
WHITENING**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



KINANTI ANANDA PUTRI

1181001108

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip dan dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Kinanti Ananda Putri

NIM : 1181001108

Tanda Tangan :



Tanggal : 21 Februari 2023

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Kinanti Ananda Putri
NIM : 1181001108
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)
Judul Skripsi : Analisis *Brand Trust* dan *Brand Image* Terhadap
Loyalitas Konsumen pada produk Scarlett
Whitening

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Suwandi, S.E., M.Si., Dr
Penguji I : Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc., MBA., Ph.D
Penguji II : Ananda Fortunisa, S.E., MSi.

(Suwandi)
(Muchsin)
Muchsin
(Ananda)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 Februari 2023

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Brand Trust dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen pada produk Scarlett Whitening”. Penyusunan Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS) di Universitas Bakrie.

Penyusunan Tugas Akhir ini dilakukan penulis tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas limpahan rahmat, nikmat, dan hidayahnya sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Ayah, Alm. Mama dan keluarga yang senantiasa memberikan doa, motivasi dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Suwandi, S.E., M.Si., Dr selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberikan bimbingan, saran dan waktu selama pelaksanaan tugas akhir kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Bapak Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D dan Ibu Ananda Fortunisa, SE., MSi selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan tanggapan dalam menyempurnakan proposal tugas akhir.
5. Para dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan Ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan di Universitas Bakrie.
6. Kepada Novi, Afifah dan Adin yang telah senantiasa memberikan dukungan, doa dan motivasi kepada penulis.
7. Kepada Tri, Finda, Adiva, Anggara, Alm. Divan, Jihan, Dita, dan Eki yang telah senantiasa menemani penulis dari awal perkuliahan hingga akhir.
8. Seluruh teman-teman Manajemen 2018 di Universitas Bakrie yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang sudah menemani penulis selama masa perkuliahan.

Atas kebaikan semua pihak yang telah saya sebutkan, maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. Penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik atau saran yang dapat memberikan masukan untuk penulis.

Jakarta, 21 Januari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Kinanti'.

Kinanti Ananda Putri

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kinanti Ananda Putri
NIM : 1181001108
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 *Brand Trust* dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Konsumen pada produk Scarlett Whitening”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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.

Jakarta, 21 Januari 2023



Kinanti Ananda Putri

**ANALISIS *BRAND TRUST* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT
WHITENING**

Kinanti Ananda Putri¹

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis *Brand Trust* dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Konsumen pada produk Scarlett Whitening”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand trust* dan *brand image* terhadap loyalitas konsumen pada produk Scarlett Whitening. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pengguna Scarlett Whitening selama >1 tahun dan berdomisili di Jabodetabek sebanyak 105 responden. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah *probability sampling* dengan teknik *sampel random sampling*. Teknik analisa data yang digunakan adalah uji instrument, uji analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regres linier berganda, uji koefisiensi determinasi dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, variable *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, *brand trust* dan *brand image* berpengaruh positif secara simultan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: Brand Trust, Brand Image, dan Loyalitas Konsumen

***ANALYSIS OF BRAND TRUST AND BRAND IMAGE ON
CONSUMER LOYALTY IN SCARLETT WHITENING
PRODUCTS***

Kinanti Ananda Putri¹

ABSTRACT

This research is entitled “Analysis of Brand Trust and Brand Image on Consumer Loyalty in Scarlett Whitening products”. The purpose of this study was to determine the effect of brand trust and brand image on consumer loyalty to Scarlett Whitening products. This study used a quantitative method with the population used in this study being Scarlett Whitening users for >1 year and domiciled in Greater Jakarta with 105 respondents. The data collection technique used is probability sampling with random sampling technique. The data analysis technique used is instrument test, descriptive analysis test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, determination coefficient test and hypothesis test using SPSS 26. The results of this study indicate that the brand trust variable has a positive and significant effect on consumer loyalty, variable brand image has a positive and significant effect on consumer loyalty, brand trust and brand image have a positive and simultaneous effect on consumer loyalty.

Keywords: Brand Trust, Brand Image, and Consumer Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
A. Manfaat Teoritis	8
B. Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek)	9
2.1.2 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	11
2.1.3 Loyalitas Konsumen.....	12
2.2 Hubungan Antar Variabel	15
2.3 Penelitian Terdahulu.....	16
2.4 Kerangka Konseptual Penelitian	19
2.5 Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	20

3.1	Jenis dan Sumber Data	20
3.1.1	Jenis Penelitian.....	20
3.1.2	Sumber Data.....	20
3.2	Populasi dan Sampel	21
3.2.1	Populasi.....	21
3.2.2	Sampel.....	21
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	22
3.5	Teknik Pengumpulan Data	22
3.3	Variabel Penelitian	23
A.	Variabel Independen (bebas).....	23
B.	Variabel Dependen (terikat)	23
3.6	Operasional Variabel	23
3.7	Teknik Analisis Data	25
3.7.1	Uji Instrument	26
3.7.2	Analisis Deskriptif	27
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	27
3.7.4	Analisis Regresi Linier Berganda	28
3.7.5	Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	29
3.7.6	Uji Hipotesis	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Pre-Test Kuesioner	31
4.1.1	Uji Validitas	31
4.1.2	Uji Reliabilitas	32
4.2	Analisis Karakteristik Responden	33
4.3	Statistik Deskriptif Variabel.....	34
4.3.1	Analisa Deskriptif <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek).....	35
4.3.2	Analisa Deskriptif <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	36
4.3.3	Analisa Deskriptif Loyalitas Konsumen	38
4.4	Uji Asumsi Klasik	40

4.4.1	Uji Normalitas	40
4.4.2	Uji Multikolinieritas	41
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	42
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
4.6	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	44
4.7	Uji Hipotesis.....	45
4.7.1	Uji Parsial (Uji T).....	45
4.7.2	Uji Simultan (Uji F)	46
4.8	Pembahasan	47
4.8.1	Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Loyalitas Konsumen pada produk Scarlett Whitening	47
4.8.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Konsumen pada produk Scarlett Whitening	49
4.8.3	Pengaruh <i>Brand Trust</i> dan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Konsumen pada produk Scarlett Whitening	50
BAB V PENUTUP.....		52
5.1	Kesimpulan.....	52
5.2	Saran	52
DAFTAR PUSTAKA		54
LAMPIRAN.....		57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Scarlett Whitening	1
Gambar 1.2 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce	2
Gambar 1.3 Produk Skincare Terlaris Dari Top 10 Brand Lokal	2
Gambar 1.4 produk Scarlett Whitening	3
Gambar 1.5 Keluhan pengguna Scarlett Whitening Palsu di Twitter	4
Gambar 2.6 Kerangka Konseptual	19
Gambar 4.1 Grafik Normal P-Plot	41
Gambar 4.2 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	42

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	16
Tabel 3. 1 Instrumen Penilaian Kuesioner	23
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	24
Tabel 3. 3 Uji Regresi Linier Berganda	28
Tabel 4. 1 Pre-test Kuesioner Uji Validitas	31
Tabel 4. 2 Pre-test Kuesioner Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4. 3 Analisis Karakteristik Responden.....	33
Tabel 4. 4 Deskriptif Jawaban Kuesioner	35
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Brand Trust	35
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Brand Image.....	37
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen	38
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	40
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas	41
Tabel 4. 10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
Tabel 4. 11 Analisis Regresi Linier Berganda	43
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	45
Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	45
Tabel 4. 14 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Form Kuesioner	57
Lampiran 2: Hasil Kuesioner	61
Lampiran 3: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Pre-test Kuesioner.....	68
Lampiran 4: Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas (105 Responden).....	72
Lampiran 5: Karakteristik Responden	76
Lampiran 6: Analisis Deskriptif.....	77