



**PENGARUH *BRAND ATTITUDE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
*BRAND LOYALTY* PADA PRODUK HAND & BODY LOTION MARINA  
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata I  
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun:**

**Lisa Zuliasari**

**14030119140145**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2023**

**SURAT PERNYATAAN**  
**KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lisa Zuliasari  
NIM : 14030119140145  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**Pengaruh *Brand Attitude* dan Kualitas Produk Terhadap *Brand Loyalty* pada Produk Hand and Body Lotion Marina Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening**

adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiat karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 1 April 2023  
Pembuat Pernyataan,



Lisa Zuliasari  
NIM 14030119140145

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Attitude* dan Kualitas Produk Terhadap *Brand Loyalty* pada Produk Hand and Body Lotion Marina Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening

Nama : Lisa Zuliasari

NIM : 14030119140145

Departemen : S-1 Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 15 Mei 2023

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.  
NIP. 196408271990011001

Wakil Dekan  
Akademik dan Kemahasiswaan



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin.  
NIP. 1969082219940031

### Dosen Pembimbing

1. Dinalestari Purbawati S.E., M.Si., Akt.
2. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S

(.....)

(.....)

### Dosen Penguji

1. Dr. Priyotomo, S.Sos., M.M.
2. Prof. Dr. Dra. Ari Pradhanawati, M.S
3. Dinalestari Purbawati S.E., M.Si., Akt.

(.....)

(.....)

(.....)

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

“Karena sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan” (Q.S Al-Insyirah : 5-6)

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, dan hidayahNya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Saya persembahkan tulisan karya ilmiah ini kepada :

1. Orang tua saya yang doanya tiada henti mengiringi setiap langkah saya dan juga telah memberikan dukungan penuh dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakak dan adik saya yang selalu memberikan dukungan pada saya selama ini.
3. Seluruh dosen dan staff Administrasi Bisnis Undip yang telah banyak membekali ilmu selama kuliah dan juga banyak membantu dalam mengurus berbagai hal untuk keberlangsungan kuliah.
4. Teman-teman seperjuangan Administrasi Bisnis angkatan 2019 yang saya sayangi.
5. Teman-teman dekat saya yang selalu memberikan dukungan dan juga mendengarkan keluh kesah saya.

**Pengaruh *Brand Attitude* dan Kualitas Produk Terhadap *Brand Loyalty* pada Produk Hand and Body Lotion Marina Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening**

**ABSTRAKSI**

PT. Tempo Scan Asia Pacific merupakan perusahaan yang menaungi merek Marina. Hingga saat ini Marina masih berada dalam *Top Three* berdasarkan penilaian *Top Brand Index* meskipun banyak pesaing baru muncul di pasar. Meski begitu, Marina memiliki keluhan negatif pada produknya yang membuat konsumen merasa tidak puas. Brand attitude dan kualitas produk diduga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang akan menciptakan loyalitas pada merek tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand attitude* dan kualitas produk terhadap *brand loyalty* pada produk *hand and body lotion* Marina melalui kepuasan konsumen dengan subjek penelitian mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research* dengan jumlah responden sebanyak 100 mahasiswa menggunakan teknik *nonprobability sampling* dan dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Metode analisis data pada penelitian ini antara lain : uji korelasi, analisis regresi linier sederhana dan berganda, uji determinasi, uji signifikansi (uji t dan uji F), dan uji sobel dengan menggunakan program SPSS *For Windows* 21.0.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan pada *brand attitude* dan kualitas produk terhadap *brand loyalty*. Selain itu, kepuasan konsumen mampu memediasi pengaruh brand attitude dan kualitas produk terhadap brand loyalty.

Kata kunci : *Brand Attitude*, Kualitas Produk, *Brand Loyalty*, Kepuasan Konsumen

## **ABSTRACT**

Tempo Scan Asia Pacific Ltd. is the company that owns the Marina brand. Marina remains in the Top Three according to the Top Brand Index despite the fact that numerous new competitors have entered the market. Nonetheless, Marina receives negative feedback from customers who are dissatisfied with their products. Brand attitude and product quality are assumed to influence consumer satisfaction, resulting in brand loyalty.

This study aims to determine the effect of brand attitude and product quality on brand loyalty in Marina hand and body lotion products through consumer satisfaction. The subject in this study is students from the Faculty of Social and Political Sciences, Diponegoro University. The type of this study is explanatory research with 100 students as respondents. This study is using non-probability sampling techniques. Data collection techniques used in this study were questionnaires and literature study. Data was analyzed using the SPSS For Windows 21.0 program utilizing the correlation test, simple and multiple linear regression analysis, determination test, significance test (t test and F test), and Sobel test.

The results of this study indicate that there is a positive and significant influence on brand attitude and product quality on brand loyalty. In addition, consumer satisfaction is able to mediate the effect of brand attitude and product quality on brand loyalty.

**Keywords:** *Brand Attitude, Brand Loyalty, Brand Quality, Customer Satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan berkat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Attitude* dan Kualitas Produk Terhadap *Brand Loyalty* Pada Produk *Hand and Body Lotion* Marina Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening” dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 pada Departemen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

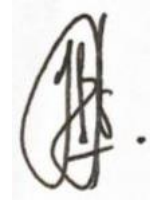
Penulisan skripsi tentu melibatkan banyak pihak yang telah membantu penulis melalui doa, dukungan yang tulus dan ikhlas, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
3. (Almarhum) Dr. Widiartanto, S.Sos., MAB selaku Dosen Wali yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini serta telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan.
4. Dr. Priyotomo, S.Sos., M.M. selaku Dosen Wali sekaligus dosen penguji yang telah melaungkan waktu untuk menguji, memberikan saran, dan memberi arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dinalestari Purbawati S.E., M.Si., Akt. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, bimbingan serta arahan dan saran selama proses penyusunan skripsi ini.

6. Prof. Dr. Ari Pradhanawati. MS selaku Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan dan dorongan untuk penulis selama penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Pengajar dan Staff Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang telah membekali ilmu dan bantuan selama masa perkuliahan.
8. Seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Semarang, 31 Maret 2023



Lisa Zuliasari



## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA).....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAKSI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	19
1.3. Tujuan Penelitian.....	21
1.4. Kegunaan Penelitian.....	22
1.5. Kerangka Teori.....	23
1.5.1. Teori Paradigma Sosial .....	23
1.5.2. Perilaku Konsumen .....	27
1.5.3. Brand (Merek).....	28
1.5.4. Brand Attitude.....	29
1.5.5. Kualitas Produk.....	31
1.5.6. Kepuasan Konsumen.....	33
1.5.7. <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek).....	34
1.6. Penelitian Terdahulu.....	37
1.7. Hubungan Antar Variabel .....	41
1.7.1. Hubungan Brand Attitude dengan Kepuasan Konsumen.....	41
1.7.2. Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen.....	42

1.7.3.	Hubungan Brand Attitude dengan Brand Loyalty .....	42
1.7.4.	Hubungan Kualitas Produk dengan <i>Brand Loyalty</i> .....	42
1.7.5.	Hubungan Kepuasan Konsumen dengan Brand Loyalty .....	43
1.7.6.	Hubungan <i>Brand Attitude</i> , <i>Brand Loyalty</i> , dan Kepuasan Konsumen	43
1.7.7.	Hubungan Kualitas Produk, <i>Brand Loyalty</i> , dan Kepuasan Konsumen	44
1.8.	Hipotesis.....	44
1.9.	Definisi Konseptual.....	46
1.9.1.	Brand Attitude.....	46
1.9.2.	Kualitas Produk.....	46
1.9.3.	Kepuasan Konsumen.....	47
1.9.4.	Brand Loyalty.....	47
1.10.	Definisi Operasional .....	47
1.10.1.	Brand Attitude.....	47
1.10.2.	Kualitas Produk.....	48
1.10.3.	Kepuasan Konsumen.....	48
1.10.4.	Brand Loyalty.....	49
1.11.	Metode Penelitian .....	50
1.11.1.	Tipe Penelitian .....	50
1.11.2.	Unit Analisis .....	50
1.11.3.	Populasi dan Sampel .....	51
1.11.4.	Teknik Pengambilan Sampel.....	52
1.11.5.	Jenis dan Sumber Data .....	53
1.11.6.	Skala Pengukuran.....	54
1.11.7.	Teknik Pengumpulan Data.....	54
1.11.8.	Teknik Pengolahan Data .....	55
1.11.9.	Instrumen Penelitian.....	56
1.11.10.	Teknik Analisis Data .....	56
1.11.11.	Analisis Regresi.....	59

1.11.12.	Uji Koefisien Determinasi (r).....	60
1.11.13.	Uji Signifikansi.....	61
1.11.14.	Uji Sobel.....	64
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN IDENTITAS RESPONDEN .....</b>		
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN IDENTITAS RESPONDEN .....		66
2.1.	Gambaran Umum Perusahaan PT. Scan Tempo Asia Pasific Tbk.....	66
2.2.	Visi dan Misi Marina.....	67
2.2.1.	Visi Marina .....	67
2.2.2.	Misi Marina.....	68
2.3.	Produk Marina.....	68
2.4.	Logo Marina.....	70
2.5.	Identitas Responden .....	71
2.5.1.	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
2.5.2.	Identitas Responden Berdasarkan Departemen.....	72
2.5.3.	Identitas Responden Berdasarkan Angkatan.....	72
2.5.4.	Identitas Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan .....	73
2.5.5.	Identitas Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Produk Hand and Body Lotion Marina.....	74
2.5.6.	Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk dalam Satu Tahun Terakhir .....	75
<b>BAB III PENGARUH <i>BRAND ATTITUDE</i> DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP <i>BRAND LOYALTY</i> PADA PRODUK HAND &amp; BODY LOTION MARINA MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.....</b>		
BAB III PENGARUH <i>BRAND ATTITUDE</i> DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP <i>BRAND LOYALTY</i> PADA PRODUK HAND & BODY LOTION MARINA MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.....		76
3.1.	Uji Validitas & Reliabilitas .....	76
3.1.1.	Uji Validitas .....	76
3.1.2.	Uji Reliabilitas .....	81
3.2.	Analisis Deskriptif Variabel.....	83
3.2.1.	Persepsi Terhadap <i>Brand Attitude</i> .....	83
3.2.2.	Persepsi Terhadap Kualitas Produk .....	95

3.2.3.	Persepsi Terhadap Kepuasan Konsumen .....	103
3.2.4.	Persepsi Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	116
3.3.	Analisis Data .....	129
3.3.1.	Pengaruh Brand Attitude Terhadap Kepuasan Konsumen.....	129
3.3.2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	134
3.3.3.	Pengaruh Brand Attitude Terhadap Brand Loyalty .....	140
3.3.4.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	146
3.3.5.	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	152
3.3.6.	Pengaruh <i>Brand Attitude</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Melalui Kepuasan Konsumen .....	158
3.3.7.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Melalui Kepuasan Konsumen .....	164
3.4.	Uji Sobel.....	171
3.5.	Pembahasan .....	174
3.5.1.	Pengaruh <i>Brand Attitude</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	174
3.5.2.	Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	176
3.5.3.	Pengaruh Brand Attitude Terhadap Brand Loyalty .....	178
3.5.4.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	179
3.5.5.	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	180
3.5.6.	Pengaruh <i>Brand Attitude</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Melalui Kepuasan Konsumen .....	182
3.5.7.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Melalui Kepuasan Konsumen .....	183
BAB IV PENUTUP .....		185
4.1.	Kesimpulan.....	185
4.2.	Saran .....	187
DAFTAR PUSTAKA .....		191
LAMPIRAN .....		193

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index (TBI) Tahun 2022 Kategori Personal Care Produk Hand and Body Lotion.....	6
Tabel 1.2	Top Brand Index Hand and Body Lotion Marina Empat Tahun Terakhir.....	7
Tabel 1.3	Total Penilaian pada Setiap Varian Produk Hand and Body Lotion Marina.....	8
Tabel 1.4	Penelitian Terdahulu .....	37
Tabel 1.5	Skor Jawaban Metode Likert .....	54
Tabel 1.6	Interpretasi Koefisien Korelasi .....	59
Tabel 2.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Tabel 2.2	Identitas Responden Berdasarkan Departemen .....	72
Tabel 2.3	Identitas Responden Berdasarkan Angkatan .....	73
Tabel 2.4	Identitas Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan .....	73
Tabel 2.5	Identitas Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan Produk Hand and Body Lotion Marina.....	74
Tabel 2.6	Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk dalam Satu Tahun .....	75
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas <i>Brand Attitude</i> .....	77
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	78
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen .....	79
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas <i>Brand Loyalty</i> .....	80
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	83
Tabel 3.6	Perasaan Konsumen Terhadap Merek .....	84
Tabel 3.7	Adanya Rasa Puas Terhadap Merek dan Kesesuaian dengan Harapan Konsumen .....	86
Tabel 3.8	Opini Konsumen Terhadap Merek .....	87

Tabel 3.9	Kepercayaan Terhadap Keamanan Produk Hand and Body Lotion Marina.....	88
Tabel 3.10	Kepercayaan Terhadap Klaim Produk Hand and Body Lotion Marina.....	90
Tabel 3.11	Evaluasi yang Baik Secara Keseluruhan Terhadap Produk Hand and Body Lotion Marina.....	91
Tabel 3.12	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>Brand Attitude</i> ..	92
Tabel 3.13	Kategorisasi Variabel <i>Brand Attitude</i> .....	94
Tabel 3.14	Khasiat yang dirasakan Selama Penggunaan Produk Hand and Body Lotion Marina .....	96
Tabel 3.15	Produk Memiliki Daya Tahan yang Kuat .....	97
Tabel 3.16	Reliabilitas Produk Hand and Body Lotion Marina .....	98
Tabel 3.17	Komposisi Produk Berasal dari Bahan Terbaik.....	99
Tabel 3.18	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terkait Variabel Kualitas Produk .....	100
Tabel 3.19	Kategorisasi Variabel Kualitas Produk.....	103
Tabel 3.20	Adanya Rasa Puas Setelah Membeli dan Menggunakan Produk .....	104
Tabel 3.21	Adanya rasa Puas Terhadap Tekstur Produk .....	106
Tabel 3.22	Adanya Rasa Puas Terhadap Aroma Produk.....	107
Tabel 3.23	Adanya Rasa Puas Terhadap Kemampuan Produk Untuk Mengatasi Masalah Kulit.....	108
Tabel 3.24	Terpenuhinya Harapan Konsumen Setelah Membeli dan Menggunakan Produk.....	110
Tabel 3.25	Keinginan Konsumen untuk Melakukan Pembelian Ulang Produk di Masa yang Akan Datang.....	111
Tabel 3.26	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terkait Variabel Kepuasan Konsumen .....	112
Tabel 3.27	Kategorisasi Variabel Kepuasan Konsumen.....	115
Tabel 3.28	Selalu Melakukan Pembelian Ulang .....	117
Tabel 3.29	Intensitas Pembelian Produk Lebih Sering dari Biasanya .....	119

Tabel 3.30	Kuantitas Pembelian Produk Lebih Banyak dari Biasanya .....	120
Tabel 3.31	Memiliki Rasa Suka yang Besar Terhadap Produk .....	121
Tabel 3.32	Ketetapan dalam Pemilihan Merek .....	122
Tabel 3.33	Merekomendasikan Merek kepada Orang Lain .....	123
Tabel 3.34	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terkait Variabel <i>Brand Loyalty</i> .	125
Tabel 3.35	Kategorisasi Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	128
Tabel 3.36	Hasil Uji Koefisien Korelasi <i>Brand Attitude</i> Terhadap Kepuasan Konsumen .....	129
Tabel 3.37	Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Brand Attitude</i> Terhadap Kepuasan Konsumen .....	130
Tabel 3.38	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana <i>Brand Attitude</i> Terhadap Kepuasan Konsumen .....	131
Tabel 3.39	Hasil Uji t <i>Brand Attitude</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	132
Tabel 3.40	Hasil Uji Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	135
Tabel 3.41	Hasil Uji Determinasi Korelasi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	136
Tabel 3.42	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	137
Tabel 3.43	Hasil Uji t Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	138
Tabel 3.44	Hasil Uji Koefisien Korelasi <i>Brand Attitude</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	141
Tabel 3.45	Hasil Uji Determinasi Korelasi <i>Brand Attitude</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	142
Tabel 3.46	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana <i>Brand Attitude</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	143
Tabel 3.47	Hasil Uji t <i>Brand Attitude</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	144
Tabel 3.48	Hasil Uji Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	147

Tabel 3.49	Hasil Uji Determinasi Korelasi Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	148
Tabel 3.50	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	149
Tabel 3.51	Hasil Uji Signifikansi (Uji t) Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	150
Tabel 3.52	Hasil Uji Koefisien Korelasi Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	153
Tabel 3.53	Hasil Uji Determinasi Korelasi Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	154
Tabel 3.54	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	155
Tabel 3.55	Hasil Uji t Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	156
Tabel 3.56	Hasil Uji Korelasi <i>Brand Attitude</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Melalui Kepuasan Konsumen .....	159
Tabel 3.57	Hasil Uji Determinasi <i>Brand Attitude</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Melalui Kepuasan Konsumen .....	159
Tabel 3.58	Hasil Uji Regresi Linear Berganda <i>Brand Attitude</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Melalui Kepuasan Konsumen.....	161
Tabel 3.59	Hasil Uji F <i>Brand Attitude</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Melalui Kepuasan Konsumen .....	162
Tabel 3.60	Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Melalui Kepuasan Konsumen .....	165
Tabel 3.61	Hasil Uji Determinasi Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Melalui Kepuasan Konsumen.....	166
Tabel 3.62	Hasil Uji Regresi Linear Berganda Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Melalui Kepuasan Konsumen.....	167
Tabel 3.63	Hasil Uji F Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Loyalty</i> Melalui Kepuasan Konsumen .....	169



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Diagram Kelompok Usia Pengguna Skincare Pertama Kali .....	4
Gambar 1.2	Ulasan Mengenai Kualitas Produk Hand & Body Lotion Marina.....	9
Gambar 1.3	Diagram Keluhan Terhadap Kualitas Produk .....	17
Gambar 1.4	Alur Grand Theory.....	26
Gambar 1.5	Model Hipotesis Penelitian.....	46
Gambar 1.6	Kurva Uji t .....	63
Gambar 1.7	Kurva Uji F .....	64
Gambar 2.1	Produk Marina .....	70
Gambar 2.2	Logo Marina .....	71
Gambar 3.1	Kurva Pengujian Hipotesis 1 ( <i>one tailed</i> ).....	134
Gambar 3.2	Hasil Pengujian Hipotesis 2 ( <i>one tailed</i> ) .....	140
Gambar 3.3	Kurva Pengujian Hipotesis 3 ( <i>one tailed</i> ).....	146
Gambar 3.4	Kurva Pengujian Hipotesis 4 ( <i>one tailed</i> ).....	152
Gambar 3.5	Kurva Pengujian Hipotesis 5 ( <i>one tailed</i> ).....	158
Gambar 3.6	Kurva Pengujian Hipotesis 6 ( <i>one tailed</i> ).....	164
Gambar 3.7	Kurva pengujian Hipotesis 7 ( <i>one tailed</i> ) .....	171
Gambar 3.8	Hasil Uji Sobel Pengaruh Brand Attitude terhadap Brand Loyalty Melalui Kepuasan Konsumen.....	172
Gambar 3.9	Hasil Uji Sobel Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Loyalty Melalui Kepuasan Konsumen.....	173