**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA SKINCARE WARDAH DI ERA TEKNOLOGI**

**SKRIPSI**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen



**SARAH USWATUN HASANAH**

**NIM : 2061201035**

**INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS AHMAD DAHLAN**

**JAKARTA**

 **2024**

#

# HALAMAN PERSEMBEHAN

Dengan segala puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa dan atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada:

1. Orang tua tersayang Bapak dan Ibu yang telah memberikan dukungan moril serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan doa dan tiada doa yang paling khusuk selain doa yang terucap dari orang tua. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembahan bakti dan cinta ku untuk kalian bapak ibuku.

2. Teruntuk seseorang yang telah membantu dan memberi semangat penulis menyelesaikan skripsi terimakasih banyak tanpa kamu mungkin saya tidak bisa ditahap ini.

3. Sahabat dan Teman tersayang, tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tak kan mungkin aku sampai disini, terimakasih untuk canda tawa, ribut, tangis, dan perjuangan yang kita lewati bersama dan terimakasih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini.

4. Kepada diri saya sendiri,yang telah bertahan hingga saat ini disaat penulis tidak percaya terhadapdirinya sendiri, namun penulis tetap mengingat bahwa setiap langkah kecil yang telah diambil adalah bagian dari perjalanan, meskipun terasa sulit atau lambat. Perjalanan menuju impian bukanlah lomba sprint, tetapi lebih seperti maraton yang memerlukan ketekunan, kesabaran dan tekad yang kuat. Tidak hanya itu disaat kendala *“people come and go”* selalu menghantui pikiran yang selama ini menghambat proses penyelesaian skripsi ini juga memotivasi penulis untuk terus ambisi dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih sudah dapat bertahan dan mampu menyelesaikan studi ini dengan tepat waktu.

5. Terimakasih kepada GUYON WATON, DENNY CAKNAN, NDX, AFTERSHINE, NIKEN SALINDRI yang sudah menjadi playlist dalam menemani saya saat menyusun skripsi ini.

 Tangerang, 8 Agustus 2024

 Sarah Uswatun Hasanah

# KATA PENGANTAR

Assalamu’alaikum Wr. Wb

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “Pengaruh Pemasaran Digital, Citra Merek dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Skincare Wardah di Era Teknologi” yang diajukan guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Dalam penulisan skripsi ini banyak pihak - pihak yang ikut terlibat memberikan motivasi, dukungan serta arahan yang menjadi sprit penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr.Yayat Sujatna, S.E., M.Si. Selaku Rektor dan juga Dosen Pembimbing selama penulis melakukan kegiatan proposal skripsi yang selalu membimbing serta memberikan arahan kepada penulis.
2. Ibu Henny Mulyati, SE., M.Comm Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta.
3. Bapak Ayi Muhyidin SE, MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen di Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta.
4. Ibu Dra. Sulistyo,S.U., M.M Selaku Penguji yang telah memberikan saran.
5. Bapak Maryogi S.H, M.Hum selaku dosen PA/Wali.
6. Segenap dosen dan karyawan ITB Ahmad Dahlan Jakarta yang telah memberikan bekal ilmu dan jasa.

Penulis menyadari bahwa penulis skripsi ini masih banyak kekurangan baik materi, isi maupun teknik penyajiannya, mengingat kemampuan yang peneliti miliki masih terbatas. Sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa dengan senang hati peneliti harapkan demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan serta rekan – rekan mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Jakarta.

Tangerang, 06 Mei 2024

Penulis,

Sarah Uswatun Hasanah

# DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL..................................................................................i

[LEMBAR PENGESAHAN ii](#_Toc177578111)

[PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI iii](#_Toc177578112)

[HALAMAN PERSEMBEHAN iv](#_Toc177578113)

[KATA PENGANTAR vi](#_Toc177578114)

[ABSTRAK viii](#_Toc177578115)

[DAFTAR ISI ix](#_Toc177578116)

[DAFTAR TABEL xii](#_Toc177578117)

[DAFTAR GAMBAR xiii](#_Toc177578118)

[DAFTAR LAMPIRAN xiv](#_Toc177578119)

[BAB I PENDAHULUAN 1](#_Toc177578120)

[1.1 Latar Belakang 1](#_Toc177578121)

[1.2 Batasan Masalah 5](#_Toc177578122)

[1.3 Rumusan Masalah 6](#_Toc177578123)

[1.4 Tujuan Penelitian 6](#_Toc177578124)

[1.5 Kegunaan Penelitian 6](#_Toc177578125)

[BAB II TINJAUAN PUSTAKA 8](#_Toc177578126)

[2.1 Landasan Teori 8](#_Toc177578127)

[2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran 8](#_Toc177578128)

[2.1.2 Pemasaran Digital 8](#_Toc177578129)

[2.1.3 Perkembangan Pemasaran Di Era Digital 9](#_Toc177578130)

[2.1.4 Indikator Pemasaran Digital 10](#_Toc177578131)

[2.1.5 Citra Merek 11](#_Toc177578132)

[2.1.6 Faktor-Faktor Citra Merek 12](#_Toc177578133)

[2.1.7 Indikator Citra Merek 13](#_Toc177578134)

[2.1.8 Harga 13](#_Toc177578135)

[2.1.9 Faktor-Faktor Harga 14](#_Toc177578136)

[2.1.10 Indikator Harga 15](#_Toc177578137)

[2.1.11 Loyalitas Pelanggan 15](#_Toc177578138)

[2.1.12 Faktor-Faktor Loyalitas Pelanggan 16](#_Toc177578139)

[2.1.13 Indikator Loyalitas Pelanggan 17](#_Toc177578140)

[2.2 Penelitian Terdahulu 17](#_Toc177578141)

[2.3 Kerangka Pemikiran 19](#_Toc177578142)

[2.4 Hipotesis 20](#_Toc177578143)

[BAB III METODE PENELITIAN 21](#_Toc177578144)

[3.1 Desain Penelitian 21](#_Toc177578145)

[3.2 Obyek dan Waktu Penelitian 21](#_Toc177578146)

[3.2.1 Objek Penelitian 21](#_Toc177578147)

[3.2.2 Waktu Penelitian 21](#_Toc177578148)

[3.3 Variabel Penelitian 21](#_Toc177578149)

[3.4 Operasionalisasi Variabel 22](#_Toc177578150)

[3.5 Teknik Pengumpulan sampel 24](#_Toc177578151)

[3.5.1 Populasi 24](#_Toc177578152)

[3.5.2 Sampel 24](#_Toc177578153)

[3.6 Teknik Pengambilan Data 25](#_Toc177578154)

[3.7 Jenis Data 25](#_Toc177578155)

[3.8 Metode Analisis Data 26](#_Toc177578156)

[3.8.1 Uji Kualitas Data 26](#_Toc177578157)

[b. Uji Reabilitas 27](#_Toc177578158)

[3.8.2 Uji Asumsi Klasik 27](#_Toc177578159)

[3.8.3 Uji Hipotesis 29](#_Toc177578160)

[BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 32](#_Toc177578161)

[4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian 32](#_Toc177578162)

[4.2 Deskripsi Data 32](#_Toc177578163)

[4.2.1 Karakteristik Responden 32](#_Toc177578164)

[a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 33](#_Toc177578165)

[4.2.2 Hasil Tanggapan Responden 35](#_Toc177578166)

[4.3 Analisis dan Interprestasi Hasil 57](#_Toc177578167)

[4.3.1 Uji Kualitas Data 58](#_Toc177578168)

[4.3.2 Uji Asumsi Klasik 61](#_Toc177578169)

[4.3.3 Uji Hipotesis 65](#_Toc177578170)

[b. Uji F (Simultan) 66](#_Toc177578171)

[4.4 Pembahasan 68](#_Toc177578172)

[4.4.1 Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Loyalitas Pelanggan pada Era Teknologi 68](#_Toc177578173)

[4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada Era Teknologi 69](#_Toc177578174)

[4.4.3 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Era Teknologi 70](#_Toc177578175)

[4.4.4 Pengaruh Pemasaran Digital, Citra Merek, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Era Teknologi 71](#_Toc177578176)

[BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 72](#_Toc177578177)

[6.1 Kesimpulan 72](#_Toc177578178)

[6.2 Saran 73](#_Toc177578179)

[6.2.1 Saran untuk Penelitian Selanjutnya 74](#_Toc177578180)

[DAFTAR PUSTAKA 75](#_Toc177578181)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.................................................................112

# DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu................................................................................16

Tabel 2 Operasional Variabel.................................................................................21

Tabel 3 Skala Likert...............................................................................................25

Tabel 4 Deskripsi Pemasaran Digital.....................................................................34

Tabel 5 Deskripsi Citra Merek...............................................................................42

Tabel 6 Deskripsi Harga........................................................................................48

Tabel 7 Deskripsi Loyalitas Pelanggan.................................................................53

Tabel 8 Hasil Uji Validitas.....................................................................................58

Tabel 9 Hasil Uji Reabilitas...................................................................................60

Tabel 10 Hasil Uji Normalitas...............................................................................61

Tabel 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....................................................................62

Tabel 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda........................................................64

Tabel 13 Hasil Uji T..............................................................................................65

Tabel 14 Hasil Uji F..............................................................................................65

Tabel 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi............................................................67

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir.............................................................................18

Gambar 2 Logo Wardah.....................................................................................31

Gambar 3 Diagram Jenis Kelamin...................................................................32

Gambar 4 Diagram Usia.....................................................................................32

Gambar 5 Digram Pendapatan Perbulan.............................................................32

Gambar 6 Diagram Pembelian Kembali.............................................................34

Gambar 7 Hasil Uji Heterokedastisitas...............................................................63

# DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Riset.....................................................................85

Lampiran 2 Peryataan Kuesioner.........................................................................86

Lampiran 3 Hasil Uji Kualitas Data.....................................................................92

Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik.................................................................95

Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis............................................................................97

Lampiran 6 Data Responden................................................................................98

Lampiran 7 Daftar Bimbingan Skripsi...............................................................102

Lampiran 8 Cek Turnitin....................................................................................104