

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HAND&BODY LOTION
MARINA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**



SKRIPSI

**Nama : Nadila Roza Apriliana
Nim : 212020267**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HAND&BODY LOTION MARINA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Nadila Roza Apriliana

Nim : 212020267

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadila Roza Apriliana
NIM : 212020267
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Hand&body Lotion Marina Di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Maret 2024



Nadila Roza Apriliana

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Hand&body Lotion Marina Di Universitas Muhammadiyah Palembang

Nama : Nadila Roza Apriliana
NIM : 212020267
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal.....

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Mastuhah Nurrahmi, S.E., M.Si.
NIDN: 0216057001



Gumar Herudiansyah, S.E., M.M.
NIDN: 0202039203

Mengetahui,
Dekan

Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si.
NIDN : 0229057501



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si.
NIDN : 0229057501

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya” (Al-Baqarah:286)

“Bersemangatlal atas hal-hal yang bermanfaat bagimu. Minta tolonglah pada Allah, jangan engkau lemah” (HR. Muslim)

(Nadila Roza Apriliana)

Terucap syukur pada MU ya Allah ku persembahkan untuk :

- ❖ Ayahanda ku (Zainal Arifin) dan Ibunda ku (Rosilawatih) orang nomor satu yang paling tercinta dan tersayang
- ❖ Kakakku (Ilham Roza Juliantara) dan Adikku (Fiona Roza Trijayanti) yang tersayang
- ❖ Keluarga besarku yang ada di Bengkulu (curup) yang senantiasa mendoakanku
- ❖ Teman-teman seperjuangan
- ❖ Almamater

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalammu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

Alhamdulillahirabbil'aalaamiin, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah subhannahu wa ta'ala atas berkat Rahmat, Hidayah serta Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Hand&body Lotion Marina Di Universitas Muhammadiyah Palembang”**. Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad shallallahu ‘alaihi wasallam beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, kasih sayang dan kerendahan hati, Skripsi ini penulis persembahkan terkhusus kepada kedua orang tuaku **Ayahanda Zainal Arifin dan Ibunda Rosilawatih** dari semua keluarga dan sahabat – sahabat ku mereka yang telah berjasa bagi penulis yang telah mendidik, membesarkan, dengan penuh kasih sayang, serta mendoakan, memberi dorongan semangat dan motivasi di setiap permasalahan yang penulis hadapi, bahkan membiayai sampai dengan peneliti menyelesaikan pendidikan ini.

Keberhasilan penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis sampaikan ucapa terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.M dan Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.

5. Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan, mengajarkan, membimbing serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Ibu Ervita Safitri, S.E., M.Si dan Bapak Mister Candra, S.E., M.Si selaku Dosen Penelaah 1 dan Penelaah 2 dalam seminar proposal.
7. Terima kasih kepada Bapak dan Ibu Dosen dan Seluruh Staf di Universitas Muhammadiyah Palembang, yang telah membimbing penulis selama mengikuti perkuliahan dan kegiatan lainnya.
8. Terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Palembang yang mengizinkan saya untuk melakukan penelitian dan juga responden yang membantu mengisi pertanyaan/ Pernyataan kuesioner penelitian.
9. Terimakasih kepada keluarga besar tercinta khususnya yang berada di Bengkulu, Kab. Rejang Lebong, Kota Curup yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah memberikan do'a serta dukungannya kepada penulis selama menempuh pendidikan.
10. Terima kasih kepada teman seperjuangan dari awal perkuliahan hingga selesai kepada keluarga besar Manajemen Angkatan 2020 dan Kelas CM.X 2020 yang telah ikut membantu dalam menyusun skripsi ini dan tidak dapat disebutkan satu-persatu oleh penulis.
11. Terima kasih kepada teman seperjuangan sekaligus sudah menjadi keluarga kecil ku Kelompok KKN-60 POSKO 137 dan Desa Tugu Agung OKI yang sudah memberikan banyak kenangan dan pelajaran yang sangat berkesan.
12. Terima kasih kepada teman seperjuangan sekaligus sahabat yang sudah menjadi keluarga selama perkuliahan, Anisyah Shamaya Putri, Lilis Alisa, Putri Gustika, Maretha Puspita, Meyossa Namira Andjani, Roki Nanda Debora.

Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang dan semua pihak yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Semoga amal ibadah yang dilakukan selama ini mendapatkan balasan dari Allah SWT, Amin..

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Palembang, Mei 2024
penulis,

(Nadila Roza Apriliana)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORI PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
HIPOTESIS	12
A. Landasan Teori	12
B. Penelitian Sebelumnya	21
C. Kerangka Pemikiran.....	27

D. Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi Penelitian.....	32
C. Operasionalisasi Variabel	32
D. Populasi dan Sampel	33
E. Data yang Diperlukan.....	35
F. Metode Pengumpulan Data	35
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Hasil Penelitian	47
B. Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	86
A. Simpulan.....	85
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Top Brand Hand&body Lotion Di Indonesia Tahun 2021 – 2023	4
Tabel I.2 Top Brand Index Hand&body Lotion Marina Tiga Tahun Terakhir	5
Tabel I.3 Hasil Wawancara Terhadap Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang	8
Tabel II.1 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya	26
Tabel III.3 Variabel, Definisi Variabel, Indikator, dan Skala	32
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas	50
Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel IV.3 Gambaran Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan (Y)	55
Tabel IV.4 Gambaran Jawaban Responden Kualitas Produk (X1)	57
Tabel IV.5 Gambaran Jawaban Responden Harga (X2)	59
Tabel IV.6 Gambaran Jawaban Responden Citra Merek (X3)	61
Tabel IV.7 Hasil Analisis Data	63
Tabel IV.8 Uji F ANOVA	65
Tabel IV.9 Uji t Coefficient	66
Tabel IV.10 Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	52
Gambar IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Gambar IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Hand&body Lotion Marina	53
Gambar IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama menggunakan Hand&body Lotion Marina	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian	
Lampiran 2 : Sistematika Penulisan	
Lampiran 3 : Kuesioner.....	
Lampiran 4 : Data Tabulasi.....	
Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas	
Lampiran 6 : Hasil Uji Reabilitas.....	
Lampiran 7 : Hasil Analisis Regresi, Uji F, Uji t.....	
Lampiran 8 : Frekuensi Variabel.....	
Lampiran 9 : F tabel, R tabel, T tabel	
Lampiran 10 : Surat Izin penelitian.....	
Lampiran 11 : Surat Selesai Penelitian	
Lampiran 12 : Bukti Pelunasan BPP	
Lampiran 13 : Kartu Aktivitas Bimbingan.....	
Lampiran 14 : Sertifikat SPSS	
Lampiran 15 : Sertifikat AIK	
Lampiran 16 : Sertifikat SKPI	
Lampiran 17 : Sertifikat Aplikasi Komputer	
Lampiran 18 : Plagiat Checker.....	
Lampiran 19 : Biodata Penulis	

ABSTRAK

Nadila Roza Apriliana/212020267/2024/Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Hand&body Lotion Marina Di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penelitian ini berjudul untuk mengetahui : (1) pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Hand&body Lotion Marina di Universitas Muhammadiyah Palembang, (2) pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Hand&body Lotion Marina di Universitas Muhammadiyah Palembang (3) pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Hand&body Lotion Marina di Universitas Muhammadiyah Palembang (4) pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan Hand&body Lotion Marina di Universitas Muhammadiyah Palembang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang responden yang diambil dengan teknik *purposive sampling* dengan cara *non probability sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dengan metode pengumpulann data kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis membuktikan (1) ada pengaruh signifikan kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Hand&body Lotion Marina di Universitas Muhammadiyah Palembang, (2) ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Hand&body Lotion Marina di Universitas Muhammadiyah Palembang, (3) ada pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan Hand&body Lotion Marina di Universitas Muhammadiyah Palembang, (4) ada pengaruh signifikan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Hand&body Lotion Marina di Universitas Muhammadiyah Palembang. Nilai koefisien determinasi, memperlihatkan bahwa kualitas produk, harga dan citra merek mampu memberikan sumbangan terhadap perubahan yang terjadi pada kepuasan pelanggan sebesar 24,3%.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Nadila Roza Apriliana/212 020267/2024/The Influence of Product Quality, Price and Brand Image on Customer Satisfaction of Marina Hand&body Lotion at Muhammadiyah University, Palembang.

This research is entitled to find out: (1) the influence of product quality, price and brand image on customer satisfaction of Hand&body Lotion Marina at Palembang Muhammadiyah University, (2) the influence of product quality on customer satisfaction of Hand&body Lotion Marina at Muhammadiyah University Palembang (3) the influence of price on Hand&body Lotion Marina customer satisfaction at Muhammadiyah University Palembang (4) influence of brand image on customer satisfaction for Hand&body Lotion Marina at Muhammadiyah University Palembang. The sample used in this research was 100 respondents taken using a purposive sampling technique using non-probability sampling. The data used is primary data and secondary data, using a questionnaire data collection method. The analysis technique used is multiple linear regression. The results of the analysis prove (1) there is a significant influence of product quality, price and brand image on customer satisfaction of Hand&body Lotion Marina at Muhammadiyah University Palembang, (2) there is a significant influence of product quality on customer satisfaction of Hand&body Lotion Marina at Muhammadiyah University Palembang, (3) there is significant influence of price on customer satisfaction of Hand&body Lotion Marina at Muhammadiyah University Palembang, (4) there is a significant influence of brand image on customer satisfaction of Hand&body Lotion Marina at Muhammadiyah University Palembang. The coefficient of determination value shows that product quality, price and brand image are able to contribute to changes that occur in customer satisfaction by 24.3%.

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah aktivitas dan proses menciptakan, mengkomunikasikan dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra dan masyarakat umum. Konsep pemasaran atau marketing menurut pengertiannya adalah segala kegiatan perusahaan untuk menawarkan produk. Menurut Kotler dan Keller (dalam Rosnaini Daga, 2017: 1) pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.

Kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen mempelajari bagaimana orang mengidentifikasi kebutuhan, memilih dan memutuskan untuk membelinya. Menurut Kotler dan Keller (dalam Rosnaini Daga, 2017: 82) perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Dengan demikian, teori perilaku konsumen merupakan sebuah teori berupa studi yang mempelajari bagaimana seseorang konsumen mencari, memilih, membeli, menggunakan serta mengevaluasi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Berdasarkan pernyataan di atas ada juga faktor yang namanya faktor kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (dalam Indrasari, 2019: 82) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja mereka. Kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan karena juga termasuk penilaian terhadap produk yang di jual, dengan terpenuhinya kepuasan pelanggan maka perusahaan akan dapat menjaga kelangsungan serta perkembangan produk kedepannya.

Menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya kualitas produk, harga, dan citra merek. Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Rosnaini Daga, 2017: 37) bahwa kualitas produk adalah *the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need*, artinya bahwa kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Kualitas produk juga dapat menentukan harga, biasanya suatu barang dapat dinilai dari harganya. Jika harga bagus maka kualitas juga akan memadai bagi konsumen.

Menurut Stanton (dalam Indrasari, 2019: 36) harga adalah sejumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Harga tidak hanya diperuntukan untuk pembelian yang

dilakukan dipasar maupun supermarket saja harga juga dapat untuk proses jual beli secara online di marketplace maupun di media sosial.

Citra merek merupakan hal yang sangat penting Menurut Kotler dan Keller (dalam Rosnaini Daga, 2017: 22) citra merek adalah penglihatan dan kepercayaan yang terpendam konsumen, sebagai cerminan asosiasi yang tertahan diingatan konsumen. Citra merek (*Brand Image*) juga merupakan pengamatan dan kepercayaan yang digenggam konsumen seperti yang dicerminkan.

Seperti yang kita ketahui pertumbuhan industri kosmetik saat ini sangatlah pesat. Hal ini dilihat dengan adanya industri kosmetik Indonesia yang berhasil menguasai pasar domestik. Peningkatan minat terhadap penggunaan kosmetik juga dapat meningkatkan minat produsen untuk bersaing menciptakan produk kosmetik sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jenis kosmetik yang beredar didalam maupun luar negeri. Saat ini yang sedang trend adalah menggunakan alat makeup dan perawatan tubuh demi kecantikan menjadi salah satu trend yang berkembang didunia.

Brand Marina diluncurkan pertama kali di Indonesia pada tahun 1982 sebagai merek asli Indonesia yang diproduksi oleh perusahaan Indonesia. Sekian banyak jenis produk brand Marina yang ada di produk Marina salah satu yang paling sering digunakan oleh wanita adalah Hand&body Lotionnya. Karena terbilang produk yang mudah terjangkau dan dipilih dari jenis produk yang lain. Selain ini Hand&body Lotion Marina ini juga dapat membantu

mencerahkan kulit agar segar, bersih, cerah yang akan memberi tampilan lebih bersinar dan aktif. Berikut ini adalah Top Brand 6 Merek Hand&body Lotion di Indonesia dari tahun 2021 sampai 2023 yang menunjukkan urutan peringkat posisi Hand&body Lotion Marina dan terdapat adanya penurunan posisi pada produk Hand&body Lotion Marina ditahun 2021 sampai 2023.

Tabel 1.1
Top Brand Hand&body Lotion Di Indonesia Tahun 2021 – 2023

Brand	TBI 2021	Brand	TBI 2022	Brand	TBI 2023	TOP
Citra	29.10 %	Citra	29.60 %	Citra	29.70 %	TOP
Marina	16.20 %	Vaseline	16.50 %	Vaseline	17.10 %	TOP
Vaseline	14.80 %	Marina	13.60 %	Marina	15.90 %	TOP
Nivea	8.80 %	Nivea	8.90 %	Nivea	7.20 %	
Bodyshop	5.60 %	Bodyshop	3.70%	Bodyshop	3.20 %	
				Viva	0.70 %	

Sumber : Top Brand Index (2021 - 2023)

Pada tahun 2021 , Top Brand Index merilis data persentase index Hand&body Lotion dalam kategori perawatan pribadi. Berdasarkan data di atas produk Marina muncul di urutan kedua dengan persentase 16.20%. Pada urutan pertama ada produk Citra dengan persentase 29.10% , urutan ketiga produk Vaseline dengan persentase 14.80%, urutan keempat produk Nivea dengan persentase 8.80% dan urutan terakhir produk Bodyshop 6.60%. Pada tahun 2022 , Top Brand Index merilis data persentase index Hand&body Lotion dalam kategori perawatan pribadi. Berdasarkan data di atas produk Marina muncul di urutan ketiga dengan persentase 13.60%. Pada tahun 2023 , Top Brand Index merilis data persentase index hand&body lotion dalam kategori perawatan pribadi. Berdasarkan data di

atas produk Marina muncul di urutan ketiga dengan persentase 15.90%. dan muncullah produk baru yang masuk ke Top Brand Index urutan terakhir yaitu masuk produk Viva dengan persentase 0.70%. Produk Marina cukup baik dalam mempertahankan ekstensinya di pasar dengan baik, namun dalam beberapa tahun belakang produk Marina pernah berada di urutan kedua yang berarti terdapat penurunan. Berikut tabel ringkasan top brand index Hand&body Lotion Marina dari tahun 2021 – 2023.

Tabel 1.2
Top Brand Index Hand&body Lotion Marina Tiga Tahun Terakhir

TAHUN	TBI	POSISI
2021	16,20%	2
2022	13,60%	3
2023	15,90%	3

Sumber : Top Brand Index (2021 - 2023)

Meskipun dua tahun terakhir Produk Marina tidak pernah keluar dari urutan ketiga besar, ditahun 2021 Marina menempati peringkat diurutan kedua. Ditahun 2022 mengalami penurunan kembali sebanyak 2,60% dan menyebabkan tergesernya produk marina turun menjad urutan ketiga, hingga tahun 2023 mengalami sedikit kenaikan persentase 2.30% tetapi produk marina masih berada diposisi urutan ketiga sementara produk lain mengalami penambahan persentase dan tetap mempertahankan posisi urutannya. Ditambah lagi walaupun produk Hand&body Lotion Marina berada di urutan top ketiga termasuk kategori favorite tetapi banyak dari masyarakat yang menilai nya kurang bagus dari segi kualitas, harga dan citra merek. Dilihat dari hal tersebut menunjukkan bahwa adanya penurunan produk Hand&body Lotion Marina sampai sekarang itu menunjukkan

bahwa produk marina belum berhasil merebut kembali posisi urutan kedua sehingga ada produk lain yang alternatif lebih mampu untuk mengatasi permasalahan konsumen sehingga kepuasan konsumen terhadap produk marina berkurang dan beralih pada produk merek lain.

Kepuasan pelanggan terhadap pembelian Hand&body Lotion Marina tidak menjadi pilihan setiap konsumen, karena produk marina sendiri tidak sesuai dengan harapan konsumen sehingga tidak banyak konsumen merekomendasikan produk Hand&body Lotion Marina ke konsumen lain. Hal tersebut dapat mempengaruhi minat beli dan berkunjung kembali konsumen. Maka konsumen akan lebih mudah berpaling dari produk Hand&body Lotion Marina dan memilih produk merek lain sebagai pilihan mereka.

Kualitas produk juga berhubung langsung dengan merek hal ini dikarenakan konsumen akan membeli suatu produk berdasarkan kualitas yang ditawarkan dari suatu brand tertentu. Jika dilihat dari kualitas produk Hand&body Lotion Marina dinilai kurang baik hal ini dikarenakan lotion Marina tidak tahan lama, dari bentuknya sendiri kurang unik. Meskipun produk Marina telah mengeluarkan banyak variasi terhadap Hand&body Lotion nya namun konsumen merasa belum cocok. Pada dasarnya konsumen akan membeli produk ketika sudah banyak yang mempercayai suatu produk atau merek tersebut.

Jika dilihat dari kualitas Hand&body Lotion Marina dari harga yang ditawarkan belum sebanding dengan kualitas yang di berikan. Karena

kualitas produknya sendiri tidak sesuai dengan manfaat yang tertera di merek. Harga lotion Marina sendiri yang ditawarkan ke konsumen dapat dikatakan harga produk Marina hampir sama dengan harga produk lain namun tidak sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Sehingga banyak konsumen yang masih ragu untuk membeli dan beralih ke produk lain yang lebih tahan lama dan harga yang sesuai dengan produk.

Citra merek juga dapat mempengaruhi persaingan pasar karena citra merek merupakan aspek yang sama penting dengan harga dan kualitas produk, Hand&body Lotion Marina memiliki atribut asosiasi merek yang sudah terkenal. Citra merek Marina tentunya sangat luas dikalangan masyarakat, masyarakat sudah banyak mengenal produk Marina baik dilingkungan maupun sosial media yang tentunya produk Marina memiliki keunikan asosiasi merek ciri khas tersendiri. Namun masih saja ada pro dan kontra yang timbul dalam penggunaan Hand&body Lotion Marina, konsumen menilai bahwa Marina dinilai dalam membuat citra merek masih kurang sesuai antara iklan dan kualitas produk yang di pasarkan, kemasan kurang menarik, dan tidak banyak pilihan varian yang tersedia untuk Hand&body Lotion Marina ini sendiri. Maka dari itu pihak Marina terus meningkatkan kekuatan asosiasi citra merek lebih baik lagi agar seseorang selalu tertarik membeli produk Marina dibandingkan produk lain.

Berkaitan dengan hal tersebut, untuk membuktikanya penulis melakukan pra surey awal atau observasi terhadap 30 responden Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang untuk berkaitan dengan kualitas

produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari tabel pra riset dibawah ini :

TABEL 1.3
Alasan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tidak Puas Dengan Hand&Body Lotion Marina

No.	Alasan	Jumlah orang
1.	Tidak puas dengan hasil pemakaian dan kurang ngaruh dikulit	4
2.	Kurangnya rekomendasi untuk produk lotion	3
3.	Tekstur nya terlalu cair sehingga susah menyerap dikulit dan gampang hilang jika terkena air	5
4.	Tidak cocok dikulit	4
5.	Kurang suka dengan aromanya yang terlalu menyengat	3
6.	Harga yang murah hampir sama dengan produk lain, sehingga harga tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan.	4
7.	Brandingnya kurang sehingga kurang tertarik dan tidak terlalu yakin dengan produk yang ditawarkan	4
8.	Tampilan desain yang kurang menarik dan unik	3
JUMLAH		30

Sumber : Hasil wawancara terhadap mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang, 2024

Jika diihat dari tabel 1.2 dapat disimpulkan bahwa menunjukkan adanya 8 alasan yang dianggap sebagai dugaan penyebab kepuasan pelanggan terhadap produk Hand&body Lotion merek Marina.

Berdasarkan tabel diatas dapat kita ketahui bahwa kepuasan pelanggan kurang baik terhadap Hand&body Lotion Marina karena dari pernyataan 4 orang konsumen mereka tidak puas dengan hasil pemakaian yang kurang mengaruh dikulit dan 3 orang konsumen mengatakan bahwa kurangnya rekomendasi untuk kategori produk Hand&body Lotion sehingga tidak ada konsumen yang merekomendasikan produk Marina sebagai pilihannya.

Terdapat 3 orang konsumen yang kurang suka dengan aroma yang di berikan dari produk Marina karena terlalu menyengat, 5 orang konsumen mengatakan tekstur yang terlalu cair sehingga susah menyerap dikulit dan gampang hilang jika terkena air dan 4 orang konsumen mengatakan bahwa tidak cocok dikulitnya. Kualitas produk sendiri bentuk penilaian atas produk yang akan dibeli, apakah sudah memenuhi apa yang diharapkan konsumen.

Harga yang di tawarkan produk Marina dinilai tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan karena dari pernyataan 4 orang konsumen bahwa harga yang murah hampir sama dengan produk lain, sehingga harga tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan. Harga lotion merek Marina ini dinilai cukup sebanding dengan produk merek lain, sehingga banyak konsumen yang beralih ke merek produk lain yang lebih tahan lama dan harga terjangkau. Diperkirakan flukuasi konsumen disebabkan karena persaingan harga dan keraguan terhadap kualitas produk dan citra merek terhadap produk tersebut.

Citra merek dapat kita lihat bahwa marina sudah banyak dikenali di pemasaran sebagai salah satu Hand&body Lotion yang termasuk favorite dikalangan masyarakat, tetapi dari 4 orang konsumen mengatakan bahwa produk merek Marina dari brandingnya kurang serta konsume tidak terlalu yakin dengan produk yang ditawarkan. Namun iklan juga harus menyampaikan sesuai dengan kualitas produk, serta 3 konsumen mengatakan bahwa tampilan desain yang kurang menarik dan unik hal tersebut dapat diperbaiki dan melakukan pembaharuan yang lebih menarik dan bagus lagi.

Berdasarkan uraian dalam latar belakang diatas, maka dalam kesempatan ini penulis mengambil sebuah judul **Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Hand&body Lotion Marina Di Universitas Muhammadiyah Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Hand&body Lotion Marina Di Universitas Muhammadiyah Palembang ?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Hand&body Lotion Marina di Universitas Muhammadiyah Palembang ?
3. Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Hand&body Lotion Marina Di Universitas Muhammadiyah Palembang ?
4. Adakah pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan Hand&body Lotion Marina Di Universitas Muhammadiyah Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Hand&body Lotion Marina Di Universitas Muhammadiyah Palembang

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Hand&body Lotion Marina Di Universitas Muhammadiyah Palembang
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Hand&body Lotion Marina Di Universitas Muhammadiyah Palembang
4. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan Hand&body Lotion Marina Di Universitas Muhammadiyah Palembang

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang dijelaskan diatas, maka manfaat penelitian sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Mampu memberikan masukan terhadap diri sendiri dan pihak lainnya dan diharapkan bisa menjadi acuan dan pengetahuan untuk penelitian-penelitian di bidang pemasaran terutama yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diterapkan dapat menambah wawasan penelitian dalam bidang manajemen pemasaran khususnya tentang pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilian, A. A., Nurhaeda, Z., & Hidayat, A. I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Y.O.U (Survey Pada Pengunjung Counter Produk Skincare Y.O.U di Toko Ramadhani KOsmetik Sudiang). *Malomo: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 81–88.
- Asiati, Diah Isnaini, Dkk. (2019). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Palembang: NoerFikri Offset
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: Global Research and Consulting Institute.
- Hasan, M. I. (2015). *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Istanti, M (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah (studi kasus mahasiswa UIN Prof.K.H.Saifudin Zuhri Purwokerto)*. Skripsi. UIN Purwokerto..
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Harlow: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Harlow: Pearson Education.
- Laili, R. R., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen Produk Body Lotion Citra (Studi Kasus Mahasiswa Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 8(6), 743. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp743-756>
- Maharani, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut. *IQTISHADequity*, 2(1), 10–22.
- Rosyadi, F.I.P (2021). Pengaruh Kualitas Produk Scarlet Whitening Body Lotion Terhadap Kepuasan Konsumen. Skripsi. Universitas IAIN Kediri.
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian*.Jogjakarta : KBM.Indonesia
- Sudirman, A. (2022). Branding Marketing. *The Art Of Branding* : CV. Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sholikah, Badriyatus (2022) *Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga*

Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada pemakai produk Ms Glow di STIE PGRI Dewantara Jombang). Undergraduate thesis, STIE PGRI Dewantara Jombang.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.* Yogyakarta: Andi Offset.

Top Brand Index. (2023). Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap. Diambil 20 Oktober 2023, dari <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Zuliasari, L. (2023). *Pengaruh Brand Attitude dan Kualitas Produk terhadap Brand Loyalty pada Produk Hand & Body Lotion Marina Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening.* Skripsi. Universitas Diponegoro.