

**ANALISIS KOMPARASI *BRAND TRUST* DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK MS
GLOW DAN NAAVAGREEN DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun Oleh:

SEPTIANI SAVITRI ANA

1121700066

**PROGRAM STUDI ADMINITRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
2021**

**ANALISIS KOMPARASI *BRAND TRUST* DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK MS
GLOW DAN NAAVAGREEN DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun Oleh:

SEPTIANI SAVITRI ANA

1121700066

**PROGRAM STUDI ADMINITRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
2021**

**ANALISIS KOMPARASI *BRAND TRUST* DAN
BRAND AWARENESS TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK MS
GLOW DAN NAAVAGREEN DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun Oleh:

SEPTIANI SAVITRI ANA

1121700066

**PROGRAM STUDI ADMINITRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
2021**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Septiani Savitri Ana**
NBI : 1121700066
Judul : Analisis Komparasi *Brand Trust* dan *Brand Awareness*
Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik MS GLOW dan
Naavagreen di Surabaya

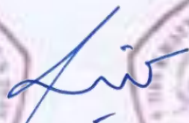
Mengetahui

Surabaya, 16 Juli 2021

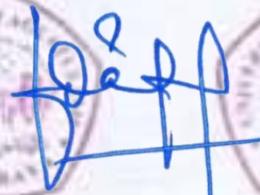
**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik**

**Disetujui Oleh:
Dosen Pembimbing**

**Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya**



Dr. Dra. Rachmawati Novaria, MM

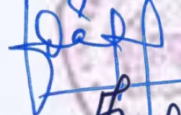
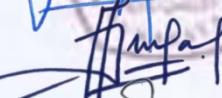
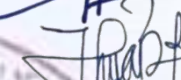


Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

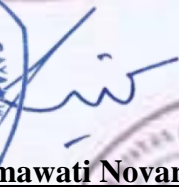
Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 16 Juli 2021.

Dewan Penguji:

1. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM. ()
Ketua
2. Dr. Ayun Maduwinarti, MP. ()
Anggota
3. Dra. Awini Mulyati, MM. ()
Anggota

Mengesahkan
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,


Dr. Dra. Rachmawati Novaria, MM.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Septiani Savitri Ana

NPM : 1121700066

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Analisis Komparasi *Brand Trust* dan *Brand Awareness* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik MS GLOW dan Naavagreen di Surabaya.

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya tulis adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencaantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 16 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



(Septiani Savitri Ana)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 Surabaya
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)
Email : perpustakaan@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Septiani Savitri Ana
NBI : 1121700066
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

“Analisis Komparasi *Brand Trust* Dan *Brand Awareness* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik MS GLOW Dan Naavagreen Di Surabaya”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di Pada : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Tanggal : 16 Juli 2021

Yang Menyatakan,



(Septiani Savitri Ana)

MOTTO

“The world has changed and none of us can go back. All we can do is our best, and sometimes the best that we can do is start over”

(Dunia sudah berubah dan tidak ada dari kita yang bisa kembali. Yang bisa kita lakukan adalah yang terbaik, terkadang yang terbaik yang bisa kita lakukan adalah memulai dari awal”
- Robert Downey, JR (Iron man)

I will do my best for the best future, keep healthy and always happy.

(Saya akan melakukan yang terbaik untuk masa depan yang terbaik, tetap sehat dan selalu bahagia)

-Sept

ABSTRAK

Penggunaan kosmetik sudah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Kosmetik digunakan sebagai produk perawatan untuk menjaga kesehatan dan mempercantik diri, perkembangan produk kosmetik pun terbilang sangat cepat. Hal ini terbukti dengan munculnya berbagai macam jenis produk kosmetik dengan berbagai macam merek. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian survey menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi dalam penelitian ini adalah semuaperempuan dan laki-laki yang memakai MS GLOW dan Naavagreen di Surabaya. Sampel penelitian menggunakan metode non probability sampling dengan purposive sampling dari 96 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah uji *independent sample t test*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu *Brand Trust* dan *Brand Awareness* memiliki perbedaan terhadap variabel terikat dari Loyalitas Konsumen. Nilai signifikan variabel *Brand Trust* sebesar 0,000 diikuti oleh variabel *Brand Awareness* memiliki nilai 0,000 dan variabel terakhir Loyalitas Konsumen dependen memiliki nilai signifikansi 0,000. Semuavariabel memiliki nilai signifikansi < 0,05. yang artinya semuavariabel bebas *Brand Trust* dan *Brand Awareness* memiliki perbedaan dalam Loyalitas Konsumen produk kosmetik MS GLOW dan Naavagreen.

Kata kunci: *Brand Trust* , *Brand Awareness* , Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

The use of cosmetics has become an inseparable part of human life. Cosmetics are used as care products to maintain health and beautify themselves, the development of cosmetic products is also very fast. This is evidenced by the emergence of various types of cosmetic products with various brands. This study uses quantitative methods with survey research using a questionnaire as an instrument. The population in this study were all women and men who used MS GLOW and Naavagreen in Surabaya. The research sample used a non-probability sampling method with purposive sampling from 96 respondents. The data analysis technique used to answer the hypothesis is the independent sample t test. The results of this study indicate that all independent variables, namely Brand Trust and Brand Awareness, have differences in the dependent variable of Consumer Loyalty. The significant value of the Brand Trust variable is 0.000, followed by the Brand Awareness variable which has a value of 0.000 and the last variable dependent Consumer Loyalty has a significance value of 0.000. All variables have a significance value <0.05 . which means that all independent variables Brand Trust and Brand Awareness have differences in Consumer Loyalty of MS GLOW and Naavagreen cosmetic products.

Keywords: Brand Trust, Brand Awareness, Consumer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT. Atas segala rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Komparasi *Brand Trust* dan *Brand Awareness* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik MS GLOW dan Naavagreen di Surabaya”. Shalawat dan salam juga selalu penulis panjatkan kehadirat Nabi Muhammad SAW yang selalu kita harapkan syafaat kelak di hari akhir.

Skripsi ini diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1 (Strata 1). Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa tidak tertutup kemungkinan didalamnya terdapat kekurangan-kekurangan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi parapembaca pada umumnya.

Dengan segala kerendahan hati, keiklasan, dan ketulusan, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada keluarga saya khususnya kedua orang tua Babe, Ibu yang mendukung secara moral dan material selama perkuliahan di Untag Surabaya.
2. Kaprodi Administrasi Bisnis dan sekaligus dosen pembimbing kedua Bapak Drs. Agung Pudjianto, MM yang memberikan waktu, ilmu, motivasi, dan kemudahan pada saat pengerjaan skripsi online maupun saat perkuliahan.
3. Dosen pembimbing pertama terbaik saya Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM yang memberikan waktu, ilmu, dan motivasi pada saat pengerjaan skripsi maupun saat perkuliahan.

4. Semua dosen Administrasi Bisnis Untag Surabaya yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan referensi untuk pengerjaan skripsi dan atas pembelajaran yang penulis tempuh dari semester 1 sampai demikian.

5. Seorang calon teman hidup saya mas Pratama Budi yang sudah membantu dalam memberi semangat dan motivasi atas pengerjaan skripsi.

6. Teman-teman kelas Administrasi Bisnis 2017 khususnya kelas R / sore , serta teman-teman HIMANITA 2017, yang selalu menyemangati atas pengerjaan skripsi.

7. Seluruh keluarga besar Calon Menantu Idaman (Ainaya, Mayga, Amel, Sherin, Zindy) yang selalu memberi motivasi semangat untuk menyelesaikan skripsi.

8. Teman-teman SMK saya TAMS (Titan, Azizah dan Mayga) yang selalu mensupport saya dari awal hingga saat ini.

9. Teman-teman kerja saya DT.Ollshop yang turut serta menyemangati disaat saya mengerjakan skripsi saat ini (Mb andrea, Mb Leni, Mb Aini, Retno, Tari, Derry, Arwin, Ivan, Mas Ilham dan lain-lain)

10. Sobat SMPku tercinta Rinti, Chintya, Linda yang selalu mengingatkan dan memotivasi saya tentang pengerjaan skripsi ini.

11. Terima kasih kepada penulis sendiri yang telah bekerja keras menyelesaikan skripsi secara online dan pantang menyerah selama satu semester.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan buku skripsi ini. Oleh karena itu, besar harapan penulis untuk menerima saran dan kritik dari pembaca. Demikian penulis berharap semoga skripsi dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Aamiin.

Surabaya, 16 Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vi
MOTTO.....	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Sistematika Penelitian	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.2 LANDASAN TEORI.....	12
2.1 <i>Brand Trust</i>	12
2.1.1 Pengertian <i>Brand Trust</i>	12
2.1.2 Indikator <i>Brand Trust</i>	15

2.1.3 Karakteristik <i>Brand Trust</i>	16
2.1.4 Tipe-Tipe Kepercayaan Merek.....	17
2.2 <i>Brand Awareness</i>	18
2.2.1 Pengertian <i>Brand Awareness</i>	18
2.2.2 Peran <i>Brand Awareness</i>	21
2.2.3 Piramida <i>Brand Awareness</i>	23
2.3 Loyalitas Konsumen.....	24
2.3.1 Pengertian Loyalitas Konsumen.....	24
2.3.2 Karakteristik Loyalitas Konsumen	26
2.3.3 Jenis Jenis Loyalitas Konsumen.....	27
2.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	29
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN	32
2.4 KONSEPTUALISASI VARIABEL DAN DEFINISI OPERASIONAL.....	34
2.5 HIPOTESIS	35
BAB III.....	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Rancangan Desain Penelitian	36
3.2 Populasi dan Sampel	36
3.2.1 Populasi	36
3.2.2 Sampel.....	37
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	38
3.3.1 Pengukuran Penelitian.....	38
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	38
3.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Analisis Data	41
3.5.1 Analisis Deskriptif dan Statistik.....	41
3.5.2 Uji Analisis Data	42

BAB IV	44
PENYAJIAN DATA, ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Penyajian Data	44
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	44
4.2 Gambaran Umum Responden	53
4.2.1 Profil Responden	53
4.2.2 Uji Validitas dan Realibilitas	57
4.2.3 Tabulasi <i>Score</i> Pengisian Kuesioner	60
4.2.4 Tabulasi Jawaban Sikap Responden.....	75
4.3 Analisis Data	81
4.3.1 Uji Independent Sample T test	81
4.4 Pembahasan.....	86
4.4.1 Analisis Komparasi <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Konsumen MS GLOW dan Naavagreen	86
4.4.2 Analisis Komparasi <i>Brand Awareness</i> terhadap Loyalitas Konsumen MS GLOW dan Naavagreen	86
BAB V	88
PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Nilai-Nilai Kesadaran Merek.....	21
Gambar 2. 2 Piramida Brand Awareness.....	23
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4. 1 Logo MS GLOW	44
Gambar 4. 2 Produk MS GLOW.....	46
Gambar 4. 3 Logo Naavagreen.....	49
Gambar 4. 4 Produk Naavagreen.....	51
Gambar 4. 5 Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis.....	84
Gambar 4. 6 Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis.....	85
Gambar 4. 7 Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2. 2 Definisi Konsep dan Operasional.....	34
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert.....	38
Tabel 4. 1 Karakteristik responden Produk Kosmetik MS GLOW dan Naavagreen berdasarkan jenis kelamin.....	53
Tabel 4. 2 Karakteristik responden Produk Kosmetik MS GLOW dan Naavagreen berdasarkan usia	54
Tabel 4. 3 Karakteristik responden Produk Kosmetik MS GLOW dan Naavagreen berdasarkan usia	55
Tabel 4. 4 Karakteristik responden Produk Kosmetik MS GLOW dan Naavagreen berdasarkan Frekuensi Pembelian	55
Tabel 4. 5 Karakteristik responden Produk Kosmetik MS GLOW dan Naavagreen berdasarkan Pendapatan	56
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas MS GLOW	58
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Naavagreen	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas MS GLOW.....	60
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Naavagreen	60
Tabel 4. 10 Tabulasi Brand Trust (X1) MS GLOW.....	61
Tabel 4. 11 Tabulasi Brand Awareness (X2) MS GLOW	62
Tabel 4. 12 Tabulasi Loyalitas Konsumen (Y) MS GLOW.....	65
Tabel 4. 13 Tabulasi <i>Brand Trust</i> (X1) Naavagreen	67
Tabel 4. 14 Tabulasi <i>Brand Awareness</i> (X2) Naavagreen	70
Tabel 4. 15 Tabulasi Loyalitas Konsumen (Y) Naavagreen	72
Tabel 4. 16 Interval Kelas Nilai.....	76
Tabel 4. 17 Tabulasi Sikap Responden dan nilai mean atas variabel Brand Trust (X1) MS GLOW	77
Tabel 4. 18 Tabulasi Sikap Responden dan nilai mean atas variabel Brand Trust (X1)Naavagreen	77
Tabel 4. 19 Tabulasi Sikap Responden dan nilai mean atas variabel Brand Awareness (X2) MS GLOW	78

Tabel 4. 20 Tabulasi Sikap Responden dan nilai mean atas variabel Brand Awareness (X2) Naavagreen	78
Tabel 4. 21 Tabulasi Sikap Responden dan nilai mean atas variabel Loyalitas Konsumen (Y) MS GLOW.....	79
Tabel 4. 22 Tabulasi Sikap Responden dan nilai mean atas variabel Loyalitas Konsumen (Y) Naavagreen.	80
Tabel 4. 23 Hasil Uji Group Statistic	82
Tabel 4. 24 Hasil Uji Independent Sample T Test	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	94
Lampiran 2 Perintah Revisi.....	100
Lampiran 3 Hasil Turnitin Jurnal	103