

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

**(Studi Kasus Pada Pelanggan Produk Kecantikan Di Kabupaten
Jember)**

TESIS

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Magister Manajemen**



Oleh : Putri Lutfiana S.

NIM : 24.2041.2017

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2025**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

**(Studi Kasus Pada Pelanggan Produk Kecantikan Di Kabupaten
Jember)**

TESIS

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Magister Manajemen**



Oleh : Putri Lutfiana S.

NIM : 24.2041.2017

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2025**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Lufiana S.

NIM : 24.2041.2017

Prodi : Magister Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa TESIS yang berjudul: PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Pelanggan Produk Kecantikan Di Kabupaten Jember) adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 09 Desember 2025

Yang menyatakan,



Putri Lutfiana S.

NIM : 24.2041.2017

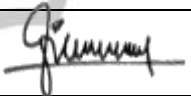
TESIS

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN PRODUK KECANTIKAN DI
KABUPATEN JEMBER)**

**Oleh : PUTRI LUTFIANA S.
NIM. 24.2041.2017**

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Nurul Qomariah, MM.



Dosen Pembimbing Pendamping: Dr. Feti Fatimah, SE., MM.



PENGESAHAN

Tesis berjudul; Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Produk Kecantikan di Kabupaten Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 09 Desember 2025
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Dr. Budi Santoso, SE, MM, M.Akun
NPK. 1973100911139340

Anggota 1,



Dr. Nurul Qomariah, MM.
NPK. 1967081010603426

Anggota 2,



Dr. Feti Fatimah, SE., MM.
NPK. 1979052510709622

Mengesahkan:

Dekan Fakultas Ekonomi




Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi



Dr. Budi Santoso, SE., MM.
NPK. 1973100911139340

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga saya dapat menyelesaikan tesis ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak- banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian tesis ini diantaranya:

1. Kedua orang tua tercinta, yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan yang besar untuk saya.
2. Kedua saudara saya, yang sudah mendukung dan membantu saya dalam penyelesaian tesis ini.
3. Kepada seluruh dosen saya, yang sudah memberikan banyak ilmu dan pengetahuan baru selama proses penempuhan kuliah ini.
4. Kepada teman tersayang saya, Ahmad Baihaqi Hakim, Ria Rizky Safitri, Evi Yuli Astriningsing, dan Shelviah Refanda.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala berkat, rahmat serta kenikmatan yang diberikanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan berbagai pihak niscaya penulisan Tesis ini tidak akan berhasil. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Dr. Maheni Ika Sari, S.E.,M.M selaku Dekan Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Dr. Budi Santoso, S.E.,M.M.,M.Akun. Selaku Ketua Program Studi Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember, yang telah secara intens mendukung dan memberikan bimbingan, semangat kepada saya disetiap tahapan perkuliahan.
4. Ibu Dr. Nurul Qomariah, MM. Selaku dosen pembimbing utama,atas waktu,kesempatan, ilmu yang diberikan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan tesis ini tepat waktu.
5. Ibu Dr. Feti Fatimah, SE., MM. selaku dosen pembimbing pendamping, atas bimbingan dan arahan sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan tesis secara lebih baik.
6. Bapak Dr. Budi Santoso, SE,MM.,M.Akun. Selaku dosen penguji, yang berkenan memberikan ilmu dan saran demi kesempurnaan Tesis ini.
7. Segenap dosen program studi Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember atas bimbingan ilmu yang diberikan, kesempatan dan waktu yang diluangkan serta kebersamaan silaturahmi yang terjalin selama proses pembelajaran.

Akhirnya saya berharap semoga Tuhan yang Maha Kuasa berkenan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan tesis ini, dan semoga tesis ini memberikan manfaat bagi pembaca dalam pengembangan ilmu.

Jember, 09 Desember

2025

Penulis

Putri Lutfiana S.

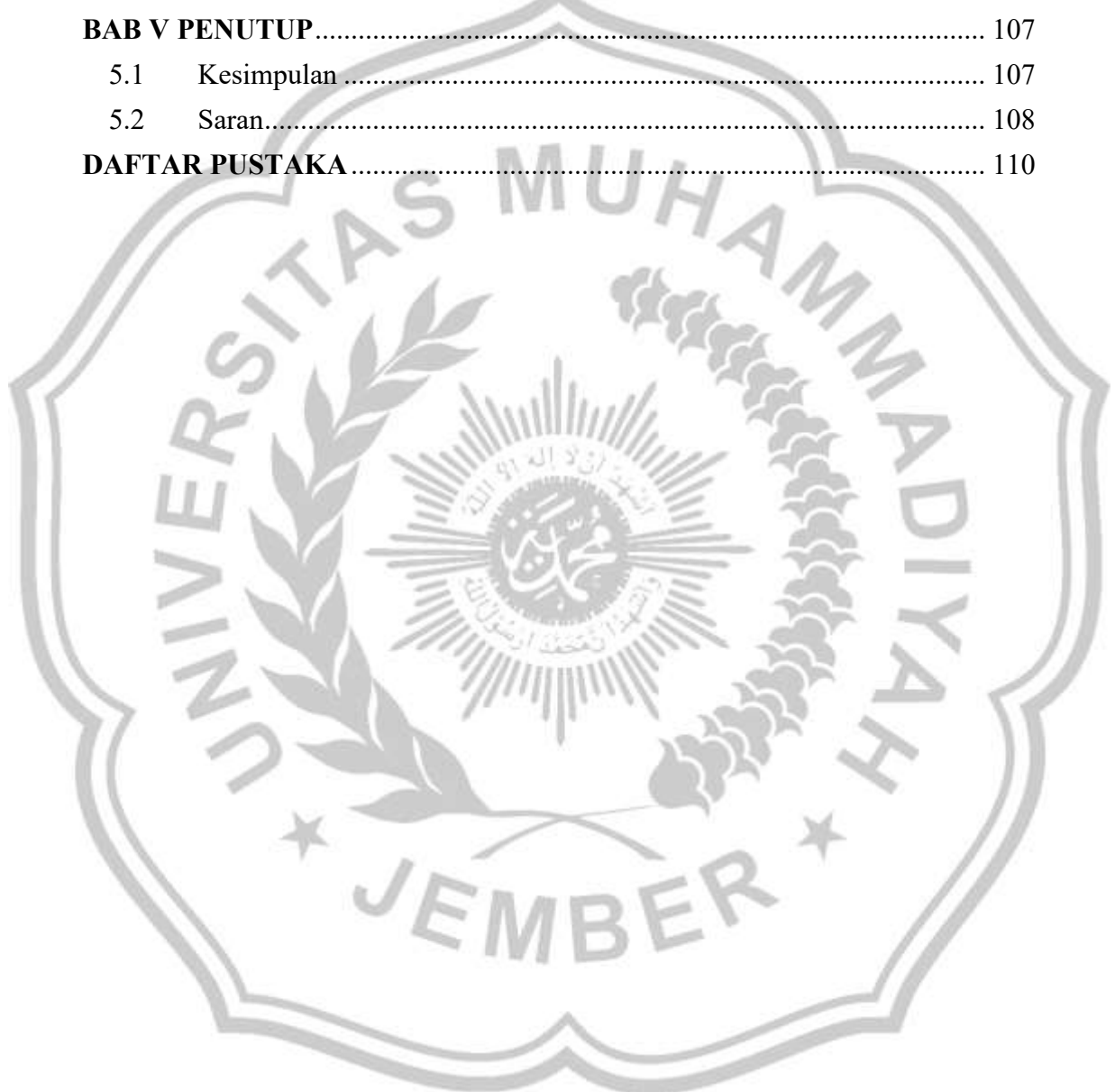
DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN	ii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Rumusan Masalah	6
1. 3 Tujuan Penelitian	7
1. 4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Grand Theory	10
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Citra Merek	13
2.2.1.1 Pengertian Citra Merek	13
2.2.1.2 Komponen Citra Merek	13
2.2.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek.....	14
2.2.1.4 Indikator Citra Merek.....	14
2.2.2 Harga.....	15
2.2.2.1 Pengertian Harga.....	15
2.2.2.2 Komponen Harga	15
2.2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Harga	15
2.2.2.4 Indikator Harga	16
2.2.3 Kualitas Produk.....	16
2.2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.2.3.2 Indikator Kualitas Produk	17
2.2.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	17
2.2.4 Kepercayaan Pelanggan	18
2.2.4.1 Pengertian Kepercayaan Pelanggan	18

2.2.4.2	Indikator Kepercayaan Pelanggan.....	18
2.2.4.3	Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Pelanggan.....	18
2.2.5	Loyalitas Pelanggan	19
2.2.5.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan	19
2.2.5.2	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	20
2.2.5.3	Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	20
2.3	Peneliti Terdahulu.....	22
2.4	Kerangka Konseptual.....	48
2.5	Pengembangan Hipotesis.....	49
2.5.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	49
2.5.2	Pengaruh Harga Terhadap Kepercayaan Pelanggan	49
2.5.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Pelanggan	50
2.5.4	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	50
2.5.5	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	50
2.5.6	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	51
2.5.7	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	51
2.5.8	Kepercayaan Pelanggan Sebagai Mediasi Antara Citra Merek dan Loyalitas Pelanggan.....	52
2.5.9	Kepercayaan Pelanggan Sebagai Mediasi Antara Harga dan Loyalitas Pelanggan.....	52
2.5.10	Kepercayaan Pelanggan Sebagai Mediasi Antara Kualitas Produk dan Loyalitas Pelanggan	53
BAB III	METODE PENELITIAN	54
3.1	Identifikasi Variabel.....	54
3.1.1	Variabel Independen	54
3.1.2	Variabel Dependen.....	54
3.1.3	Variabel Intervening	54
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	55
3.2.1	Citra Merek (X1).....	55
3.2.2	Harga (X2)	55
3.2.3	Kualitas Produk (X3)	56
3.2.4	Loyalitas Pelanggan (Y).....	56
3.2.5	Kepercayaan Pelanggan (Z).....	57
3.3	Desain Penelitian.....	57
3.4	Populasi dan Sampel	58
3.4.1	Populasi	58

3.4.2	Sampel.....	59
3.4.3	Teknik Sampling.....	59
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.6	Teknik Analisis Data.....	61
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	61
3.6.2	Analisis SEM-PLS.....	61
3.6.3	Uji Hipotesis.....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Gambaran Umum.....	65
4.1.1	Kabupaten Jember.....	65
4.1.2	Produk Wardah.....	66
4.1.3	Produk Scarlett.....	67
4.1.4	Produk Somethinc.....	67
4.1.5	Produk Azarine.....	68
4.2	Karakteristik Responden.....	68
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Digunakan ..	70
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk	71
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	72
4.3.1	Variabel Citra Merek (X_1).....	72
4.3.2	Variabel Harga (X_2).....	74
4.3.3	Variabel Kualitas Produk (X_3)	76
4.3.4	Variabel Kepercayaan Pelanggan (Z)	78
4.3.5	Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	80
4.4	Hasil Analisis Data.....	82
4.5	Total <i>Effect</i>	92
4.6	Pembahasan.....	95
4.6.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	95
4.6.2	Pengaruh Harga Terhadap Kepercayaan Pelanggan	97
4.6.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Pelanggan	98
4.6.4	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	99
4.6.5	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	100
4.6.6	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	101
4.6.7	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	

.....	102
4.6.8 Kepercayaan Pelanggan Sebagai Mediasi Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	103
4.6.9 Kepercayaan Pelanggan Sebagai Mediasi Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	104
4.6.10 Kepercayaan Pelanggan Sebagai Mediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	105
BAB V PENUTUP	107
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	110



DAFTAR TABEL

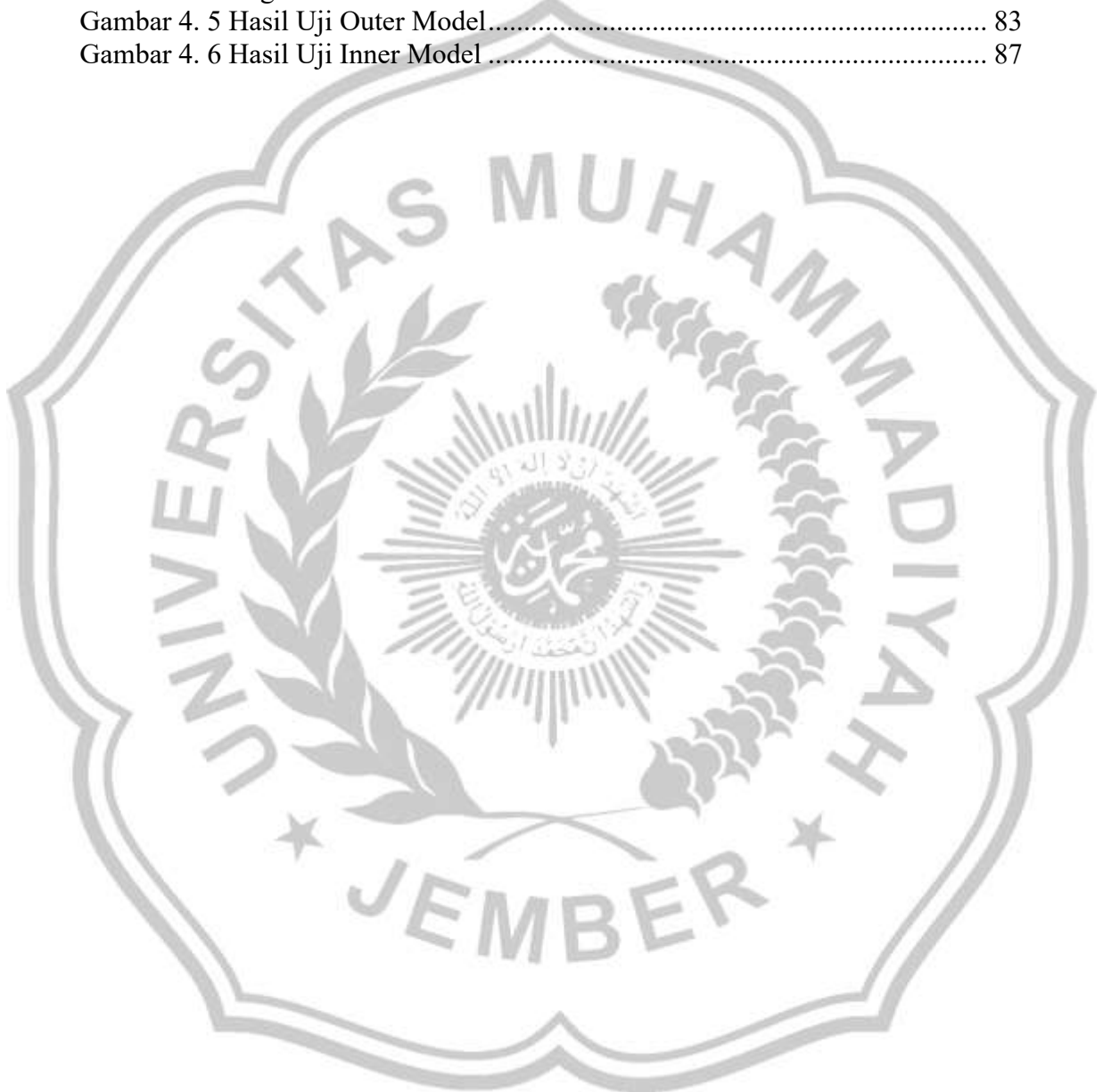
	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian (Rachim et al., 2023).....	22
Tabel 2. 2 Penelitian (Masruroh et al., 2024).....	23
Tabel 2. 3 Penelitian (Riskarini & Ardianto, 2021).....	24
Tabel 2. 4 Penelitian (Nikmah & Rina Rosia, 2023)	25
Tabel 2. 5 Penelitian (Muis et al., 2023).....	26
Tabel 2. 6 Penelitian (Putri & Nainggolan, 2024)	27
Tabel 2. 7 Penelitian (Soetiyono & Alexander, 2025).....	28
Tabel 2. 8 Penelitian (Oktaviani & Sukati, 2025).....	29
Tabel 2. 9 Penelitian (Safhiran, 2022)	30
Tabel 2. 10 Penelitian (Sinurat & Arnanda, 2023).....	31
Tabel 2. 11 Penelitian (Taufik et al., 2022).....	32
Tabel 2. 12 Penelitian (Octadina et al., 2024).....	33
Tabel 2. 13 Penelitian (Ikramuddin et al., 2024).....	34
Tabel 2. 14 Penelitian (Rahayu et al., 2025).....	35
Tabel 2. 15 Penelitian (Huda & Nugroho, 2020).....	36
Tabel 2. 16 Penelitian (Satrio & Sudiono Putri, 2023)	37
Tabel 2. 17 Penelitian (Mertha & Respati, 2022)	38
Tabel 2. 18 Penelitian (Althazia & Aziz, 2022).....	39
Tabel 2. 19 Penelitian (Abbas, 2024).....	40
Tabel 2. 20 Penelitian (Herlina & Mulyanto, 2022)	41
Tabel 2. 21 Penelitian (Yuliana & Hamzah, 2022).....	42
Tabel 2. 22 Penelitian (Wardani et al., 2023)	43
Tabel 2. 23 Penelitian (Pramana et al., 2024)	44
Tabel 2. 24 Penelitian (Abadi et al., 2020)	45
Tabel 2. 25 Penelitian (Wahyuni et al., 2024).....	45
Tabel 2. 26 Penelitian (Liana et al., 2024)	47
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Digunakan	70
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk ..	71
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Citra Merek.....	72
Tabel 4. 6 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Harga	74
Tabel 4. 7 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kualitas Produk	76
Tabel 4. 8 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kepercayaan Pelanggan:	78
Tabel 4. 9 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Loyalitas Pelanggan....	80
Tabel 4. 10 Nilai Loading Factor dari Hasil Analisis Aplikasi SmartPLS3	83
Tabel 4. 11 Nilai Avere Variance Extracted (AVE)	84
Tabel 4. 12 Nilai Cross Loading	85
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas.....	86

Tabel 4. 14 Nilai <i>R-Square</i>	87
Tabel 4. 15 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung	89
Tabel 4. 16 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung	91
Tabel 4. 17 Hasil Uji <i>Output Path Coeficients</i>	93



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	48
Gambar 4. 1 Logo Wardah.....	66
Gambar 4. 2 Logo Scarlett	67
Gambar 4. 3 Logo Somethinc	67
Gambar 4. 4 Logo Azarine.....	68
Gambar 4. 5 Hasil Uji Outer Model.....	83
Gambar 4. 6 Hasil Uji Inner Model	87



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	119
Lampiran 2 Hasil Angket Variabel	123
Lampiran 3 Gambar Model Analisis.....	130
Lampiran 4 Hasil Analisis Algorithm SEM-PLS.....	131
Lampiran 5 Hasil Analisis Bootstraping SEM-PLS.....	134
Lampiran 6 Total Effect.....	135

