

**ANALISIS PENGARUH REPUTASI, KOMPETENSI, DAN  
KREDIBILITAS MEREK TERHADAP *BRAND LOYALTY*  
YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN MEREK  
PRODUK SCARLET WHITENING  
DI SOLORAYA**



**SKRIPSI**

Disusun Guna Memenuhi Tugas Dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas  
Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

**DENNY ARISTOWATI**  
**B100180373**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2021**

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH REPUTASI, KOMPETENSI, DAN  
KREDIBILITAS MEREK TERHADAP BRAND LOYALTY YANG  
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN MEREK SCARLETT WHITENING DI  
SOLORAYA**

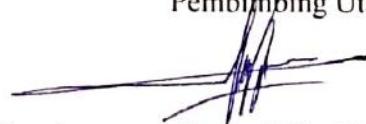
Yang ditulis dan disusun oleh:

**DENNY ARISTOWATI**  
**B 100 180 373**

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat  
untuk diterima.

Surakarta, 7 Februari 2022

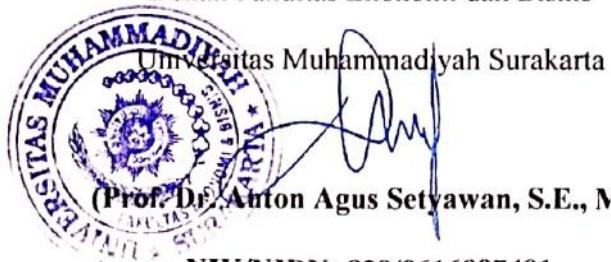
Pembimbing Utama



**(Dr. Moechammad Nasir, S.E., M.M.)**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**(Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si.)**

**NIK/NIDN: 829/0616087401**

## HALAMAN PENGESAHAN

### ANALISIS PENGARUH REPUTASI, KOMPETENSI, DAN KREDIBILITAS MEREK TERHADAP *BRAND LOYALTY* YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN MEREK *SCARLETT WHITENING* di SOLORAYA

Oleh :

**DENNY ARISTOWATI**

**B100180373**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada Senin, 7 Februari 2022

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Dr. Moehammad Nasir, S.E., M.M.  
(Ketua Dewan Penguji)
2. Sri Murwanti, S.E., M.M  
(Anggota I Dewan Penguji )
3. Nur Achmad, S.E., MSi  
(Anggota II Dewan Penguji)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si)

NIK/NIDN: 829/0616087401



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Denny Aristowati

NIM : B100180373

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Reputasi, Kompetensi, dan Kredibilitas

Merek Terhadap *Brand Loyalty* Yang Dimediasi Oleh  
Kepuasan Merek Produk *Scarlet Whitening* Di Soloraya.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Februari 2022

Yang membuat pernyataan

(Denny Aristowati)  
B100180373

## **MOTTO**

“Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat”

(Imam Syafi'i)

“Raihlah ilmu dan untuk meraih ilmu belajarlah tenang dan sabar”(Umar bin Khattab)

"Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat balasannya"  
(Q.S Al-Zalzalah: 7)

"Ambillah risiko, kalau menang, kamu akan senang. Kalau kamu kalah, kamuakan jadi orang bijak"

(Penulis)

## **PERSEMBAHAN**

Penulisan skripsi dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis persembahkan Skripsi ini kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan keagungan-Nya yang telah memberi hamba kesehatan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan bagi penulis dan semoga sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada beliau.
3. Bapak, Ibu, kakak dan adik yang telah memberikan dukungan baik secara moral, material, serta doa yang tiada henti-hentinya, semoga bisa memenuhi harapan dan membanggakan kalian.
4. Bapak Dr. Moehammad Nasir, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta saran dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Sri Murwanti, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan masukan bagi penulis.
6. Serta seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi saya banyak ilmu dan wawasan.
7. Teman-teman dan sahabat yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penulisan skripsi.
8. Almamaterku tercinta, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## **ABSTRAK**

Tujuan yang hendak dicapai dengan diadakannya penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membahas pengaruh reputasi, kompetensi, dan kredibilitas merek terhadap *brand loyalty* yang dimediasi oleh kepuasan merek produk *scarlett whitening* di Soloraya. Sedangkan perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah reputasi, kompetensi, dan kredibilitas merek berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty* yang dimediasi oleh kepuasan merek produk *scarlett whitening* di Soloraya. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu diduga reputasi, kompetensi, dan kredibilitas merek berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty* yang dimediasi oleh kepuasan merek produk *scarlett whitening* di Soloraya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang melakukan pembelian produk *scarlett whitening* di Soloraya dengan sampel 200 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan *Google Form*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS versi 3.0. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan reputasi merek tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan merek; kompetensi merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan merek; dan kredibilitas merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan merek. Selanjutnya kepuasan merek berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*. Sedangkan hasil pengaruh langsung menunjukkan reputasi merek tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*; kompetensi merek tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*; dan kredibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*. Hasil mediasi menunjukkan bahwa kepuasan merek tidak berperan dalam memediasi antara reputasi merek terhadap *brand loyalty*. Sedangkan pada variabel yang lain kepuasan merek berperan dalam memediasi variabel kompetensi merek dan kredibilitas merek terhadap *brand loyalty*.

**Kata kunci:** reputasi merek, kompetensi merek, kredibilitas merek, kepuasan merek, *brand loyalty*.

## ABSTRACT

*The aim of this research is to analyze and discuss the influence of reputation, competence, and brand credibility on brand loyalty mediated by brand satisfaction of Scarlett Whitening products in Soloraya. While the formulation of the problem in this study is whether reputation, competence, and brand credibility have a significant effect on brand loyalty mediated by brand satisfaction of Scarlett Whitening products in Soloraya. The hypothesis proposed in this study is that reputation, competence, and brand credibility have a significant effect on brand loyalty mediated by brand satisfaction for Scarlett Whitening products in Soloraya. The population in this study were all people who purchased Scarlett Whitening products in Soloraya with a sample of 200 respondents. The sampling technique in this study used non-probability sampling with a purposive sampling approach. The technique of collecting data is by distributing questionnaires with Google Form. Analysis of the data in this study using SmartPLS version 3.0. The results of the analysis in this study show that brand reputation has no significant effect on brand satisfaction; brand competence has a significant effect on brand satisfaction; and brand credibility has a significant effect on brand satisfaction. Furthermore, brand satisfaction has a significant effect on brand loyalty. While the results of the direct influence show that brand reputation has no significant effect on brand loyalty; brand competence has no significant effect on brand loyalty ( $H_6$ ); and credibility has no significant effect on brand loyalty. The mediation results show that brand satisfaction does not play a role in mediating between brand reputation ( $X_1$ ) and brand loyalty. Meanwhile, on the other variables, brand satisfaction plays a role in mediating brand competence and brand credibility variables on brand loyalty.*

**Keywords:** brand reputation, brand competence, brand credibility, brand satisfaction, brand loyalty.

## **KATA PENGANTAR**

*Bismillahirrohmaanirrohiim*

Assalaamu'alaikum wr.wb.

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Reputasi, Kompetensi, Kredibilitas Merek Terhadap *Brand Loyalty* Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Merek Produk Scarlett Whitening di Soloraya”. Tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang dengan perjuangannya telah mengantarkan kita menjadi umat pilihan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dr. Moechammad Nasir, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta saran dalam proses penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Sri Murwanti, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan masukan bagi penulis.
6. Bapak Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulis menempuh pendidikan.
7. Seluruh Dosen Dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang telah membimbing serta memberikan ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.
8. Orang tua serta keluarga penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materil sehingga penulis bisa sampai di titik iniuntuk meyelesaikan studi dengan sebaik-baiknya.
9. Teman-teman Program Studi Manajemen angkatan 2018.
10. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk penyempurnaan skripsi ini khsuusnya bagi peneliti selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis dimasa depan. Aamiin.

Surakarta, 20 Januari 2022

Denny Aristowati

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
B. Penelitian Terdahulu .....	9
C. Pengembangan Hipotesis .....	11
D. Kerangka Pemikiran.....	14
BAB III METODE PENELITIAN .....	18
A. Jenis Penelitian.....	18
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	18
C. Data dan Sumber Data .....	20
D. Metode Pengumpulan Data.....	21
E. Desain Pengambilan Sampel.....	21

	F. Metode Analisis Data.....	22
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
	A. Deskripsi Profil Responden.....	29
	B. Analisis Data .....	32
	C. Pembahasan.....	47
BAB V	PENUTUP.....	53
	A. Kesimpulan .....	53
	B. Keterbatasan Penelitian.....	53
	C. Saran.....	54
	DAFTAR PUSTAKA .....	55
	LAMPIRAN .....	59

## DAFTAR TABEL

Tabel IV.1	Jenis Kelamin Responden .....	29
Tabel IV.2	Usia Responden .....	30
Tabel IV.3	Domisili Responden.....	30
Tabel IV.4	Pekerjaan Responden .....	31
Tabel IV.5	Pendapatan/uang saku per bulan Responden .....	31
Tabel IV.6	<i>Outer Loading</i> .....	33
Tabel IV.7	<i>Outer Loading</i> Model Baru.....	34
Tabel IV.8	<i>Outer Loading</i> Model Akhir .....	35
Tabel IV.9	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE) .....	36
Tabel IV.10	<i>Composite Reliability</i> .....	37
Tabel IV.11	<i>Cronbach's Alpha</i> .....	38
Tabel IV.12	<i>Collinierity Statistic</i> (VIF) .....	38
Tabel IV.13	Analisis R-Square ( $R^2$ ) .....	40
Tabel IV.14	Analisis Q-Square ( $Q^2$ ).....	40
Tabel IV.15	Analisis Effect Size ( $f^2$ ) .....	41
Tabel IV.16	Analisis t-test .....	42
Tabel IV.17	<i>Path Coefficient</i> .....	44
Tabel IV.18	<i>Specifict Indirect Effects</i> .....	47

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar II.1	Kerangka Penelitian .....	16
Gambar IV.1	<i>Outer Model</i> .....	32
Gambar IV.2	<i>Outer Model</i> Baru .....	34
Gambar IV.3	<i>Outer Model</i> Akhir.....	35
Gambar IV.4	<i>Inner Model</i> .....	39

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian.....	60
Lampiran 2.	Data Penelitian.....	64
Lampiran 3.	Hasil Uji Analisis Data.....	72