PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK *SKINCARE NUFACE* DI *ONLINE SHOP* (STUDI KASUS PADA PENGGUNA *SHOPEE*)

SKRIPSI

Oleh

MARIANI LAIA
2129081031/MNJ

FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN
MEDAN
2025

PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK *SKINCARE NUFACE* DI *ONLINE SHOP* (STUDI KASUS PADA PENGGUNA *SHOPEE*)

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajamen
Universitas Tjut Nyak Dhien

MARIANI LAIA
2129081031/MNJ

FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN
MEDAN
2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	**: PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK SKINCARE NUFACE DI ONLINE SHOP (STUDI KASUS PADA PENGGUNA SHOPEE)**
Nama Mahasiswa	**: Mariani Laia**
No.Pokok Mahasiswa	**: 2129081031**
Program Studi	**: Manajemen**

Menyetujui
Komisi Pembimbing:

(Ahmad Yudhira, S.E., Ak., M.Si.)
Dosen Pembimbing I

(Khamo Waruwu, S.E., M.M.)
Dosen Pembimbing II

Ketua Program Studi

(Khamo Waruwu, S.E., M.M.)

Dekan

(Dr. Dahlia Kusuma Dewi, S.H., M.H.)

FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN MEDAN

BERITA ACARA UJIAN

UNTUK MEMPERTAHANKAN SKRIPSI BAGI MAHASISWA
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN

Panitia Ujian Skripsi Mahasiswa
Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Tjut Nyak Dhien
Dalam sidangnya yang diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal	**: 14 Agustus 2025**
Nama	**: Mariani Laia**
NPM	**: 2129081031**
Jurusan	**: Manajemen**
Judul Skripsi	**: Pengaruh Bauran Pemasaran dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Skincare Nuface di Online Shop (Studi Kasus pada Pengguna Shopee)**
Ditetapkan	**: (A) Lulus Yudisium**
	( ) Lulus Bersyarat, Memperbaiki/Mengulang
	Tanggal:
	( ) Tidak Lulus

Panitia Ujian/Tim Penguji
Ketua

(Uswatun Hasanah, S.Pd., M.Si.)

Anggota

(Ahmad Yudhira, S.E., Ak., M.Si.)

Anggota

(Khamo Waruwu, S.E., M.M.)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Mariani Laia
NPM	: 2129081031
Fakultas	: Bisnis dan Humaniora
Program Studi	: Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh Bauran Pemasara dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Skincare *Nuface* di *Online Shop* (Studi Kasus pada Pengguna Shopee)"** adalah bukan merupaka tugas akhir orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhannya kecuali dalam kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dengan benar dan jelas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 14 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Mariani Laia

2129081031/MNJ

ABSTRAK

Mariani Laia. 2129081031. Pengaruh Bauran Pemasaran dan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk *Skincare Nuface* di *Online Shop* (Studi Kasus pada Pengguna *Shopee*) Universitas Tjut Nyak Dhien. Skripsi. 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bauran pemasaran, dan citra merek terhadap loyalitas konsumen pada produk *skincare nuface* di *online sho*p pada pengguna *shopee*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna shopee yang pernah membeli dan menggunakan produk *skincare nuface*. Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini adalah, variabel bauran pemasaran (X_1) mempunyai t_{hitung} (2.308) >t_{tabel} (1.984) dan signifikansi (0,023) < 0,05. Dengan demikian variabel bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen produk *nuface*, Variabel citra merek (X_2) mempunyai t_{hitung} (3.084) >t_{tabel} (1.984) dan signifikansi (0,003) < 0,05. Dengan demikian variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen produk *nuface.* Bauran pemasaran (X_1) dan citra merek (X_2) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dilihat dari, F_{hitung} (8.324) >F_{tabel} (3,09) dan signifikansi (0,000) < α (0,05). Artinya, secara serempak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen produk nuface. R_{Square} menunjukkan variabel bebas 14.6%, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran, Citra Merek, Loyalitas*

ABSTRACT

Mariani Laia. 2129081031. The Effect of Marketing Mix and Brand Image on Consumer Loyalty in Nuface Skincare Products in Online Shop (Case Study on Shopee Users) Tjut Nyak Dhien University. Thesis. 2025.

This study aims to determine the influence of marketing mix variables and brand image on consumer loyalty to nuface skincare products in online shops for Shopee users. The type of research used in this study is the quantitative research method.

The population in this study is Shopee users who have bought and used nuface skincare products. In sampling, the researcher used the Lemeshow formula with a sample of 100 people. The sampling technique in this study is to use the purposive sampling technique because not all samples have criteria according to what the author has determined. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis.

The results of this study are, the marketing mix variable (X1) has a tcount (2,308) >ttable (1,984) and significance (0.023) < 0.05. Thus, the marketing mix variable has a positive and significant effect on consumer loyalty of nuface products, the brand image variable (X2) has a tcount (3,084) >ttable (1,984) and significance (0.003) < 0.05. Thus, the brand image variable has a positive and significant effect on the consumer loyalty of nuface products. The mix of marketing (X1) and brand image (X2) had an effect on consumer loyalty as seen from, Calculation (8,324) >Ftable (3.09) and significance (0.000) < α (0.05). This means that it simultaneously has a significant effect on the loyalty of nuface product consumers. RSquare showed a free variable of 14.6%, while the rest was influenced by other factors that were not studied in this study.

***Keywords**: Marketing Mix, Brand Image, Loyalty*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan kasih anugerahn-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Bauran Pemasaran dan Citra Merek terhadapa Loyalitas Konsumen pada Produk *Skincare Nuface* di *Online Shop* (Studi Kasus pada Pengguna *Shopee*)"** yang diajukan untuk melengkapi tugas akhir dan syarat memperoleh gelar sarjana Prodi Manajemen Fakultas Bisnis dan Humaniora di Universitas Tjut Nyak Dhien Medan.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan bimbingan, dukungan dan dorongan melaui doa dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Apt. Eva Sartika Dasopang, S.Si., M.Si. Selaku Rektor Universitas Tjut Nyak Dhien Medan.
2. Ibu Dr. Dahlia Kusuma Dewi, SH., M.H. Selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Tjut Nyak Dhien Medan.
3. Bapak Khamo Waruwu, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Tjut Nyak Dhien Medan sekaligus dosen pembimbing II penulis yang banyak memberikan masukan dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Bapak Ahmad Yudhira, S.E., Ak., M.Si. Selaku dosen pembimbing I yang banyak memberikan penulis masukan dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Ibu Uswatun Hasanah, S.Pd., M.Si. Selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan masukan dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Kedua orang tua saya Ayah Tarozi Faulu Laia dan Ibu Tiaami Buulolo tercinta yang tak henti-hentinya memberikan doa, dukungan moril dan materil, kasih sayang serta motivasi yang tak terbatas, yang menjadi

sumber kekuatan dan inspirasi terbesar bagi saya dalam menyelesaikan proses perkuliahan dan penelitian ini.

7. Kepada abang bersama kakak ipar saya A/I Defar Laia, adek saya Yustinus Laia bersama adek ipar saya Elsa Sihura dan juga kepada adik saya setieli Laia yang banyak membantu, memberikan semangat dan dukungan selama proses di bangku perkuliahan.
8. Kepada Abang kakak sepupu saya bersama istri A/I Mesi laia, A/I kinan Buulolo, A/I Yogi Laia dan mama sakhi saya I. Weti Buulolo yang telah banyak membatu dalam bentuk apapun selama proses di bangku perkuliahan.

Akhir kata, saya sebagai penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membaca dan peneliti khususnya. Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini, sekian dan terimakasih.

Medan, 14 Agustus 2025

Penulis

Mariani Laia

NPM:2129081031

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK i

ABSTRACT ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GAMBAR vii

I. PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah Penelitian 1
B. Identifikasi Masalah Penelitian 5
C. Batasan Masalah Penelitian 6
D. Rumusan Masalah Penelitian 6
E. Tujuan Penelitian 6
F. Manfaat Penelitian 7

II. LANDASAN TEORITIS 8
A. Loyalitas Konsumen 8
B. Bauran Pemasaran 13
C. Citra Merek 17
D. Penelitian Terdahulu 22
E. Kerangka Konseptual 23
F. Hipotesis Penelitian 24

III. METODE PENELITIAN 26
A. Lokasi dan Waktu Penelitian 26
B. Populasi dan Sampel 26
C. Variabel Penelitian 28
D.Teknik Pengumpulan Data 30
E. Teknik Analisis Data 30

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 37
A. Gambaran Umum Nuface 37
B. Hasil Penelitian 40
C. Pembahasan 53

V. KESIMPULAN DAN SARAN 57
A. Kesimpulan 57
B. Saran 57

DAFTAR PUSTAKA 59

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Penelitian Terdahulu	22
2.	Definisi Variabel Bebas	28
3.	Definisi Variabel Terikat	29
4.	Jenis Kelamin	40
5.	Usia	40
6.	Lama Pemakaian	41
7.	Deskripsi Variabel Penelitian	42
8.	Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran (X_1)	43
9.	Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_2)	44
10.	Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y)	44
11.	Hasil Uji Reliabilitas	45
12.	Uji Normalitas *Kolmogrov Smirnov* (K-S)	47
13.	Uji Multikolinieritas	48
14.	Analisi Regresi Linear Berganda	49
15.	Uji Secara Parsial (Uji t)	51
16.	Uji Secara Simultan (Uji F)	52
17.	Koefisien Determinasi	53

DAFTAR GAMBAR

Nomor **Judul** **Halaman**

1. Varian Produk Nuface.....2
2. Kerangka Konseptual..... 23
3. Logo Perusahaan *Nuface* 41
4. Scatterplot..... 48