

Judul Penelitian : Pengaruh *Social Media Marketing Instagram, Price Discount, Product Quality, Dan Brand Trust* Terhadap Loyalitas Pelanggan *Skincare Prettywell* Kota Kediri

Dosen Pembimbing I : Edi Murdiyanto, S.H.,MM
Dosen Pembimbing II : Nuril Aulia Munawaroh, S.Sos.,M.M

Nama Mahasiswa : Nur Raffikah Binte Amran
NPM : 20130210214

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing instagram, price discount, product qaulity*, dan *brand trust* terhadap loyalitas pelanggan *skincare prettywell* Kota Kediri. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada pelanggan *Prettywell Skincare* dan dihitung menggunakan aplikasi SPSS Versi 25. Teknik analisis data yang digunakan antara lain Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi R^2 . Pada Uji Validitas diketahui bahwa seluruh item pertanyaan (X_1 , X_2 , X_3 dan Y) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga masing-masing variabel dinyatakan valid. Kemudian pada Uji Reliabilitas masing-masing variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Aplha Cronbach's* $> 0,60$. Kemudian pada Uji t diketahui bahwa variabel *social media marketing instagram* (X_1), *service quality* (X_2), *product quality* (X_3), dan *brand trust* (X_4) memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga keempat variabel tersebut secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Lalu pada Uji F menunjukkan bahwa hasil nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa *social media marketing instagram, price discount, product quality*, dan *brand trust* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan *skincare prettywell* Kota Kediri.

Kata Kunci : *Social Media Marketing Instagram, Price Discount, Product Quality, Brand Trust, Loyalitas Pelanggan*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANGAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Operasional.....	8
1.5.2 Manfaat Akademik.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka	13
2.2.1 Manajemen.....	14
2.2.2 Pemasaran	24
2.2.3 <i>Social Media Marketing Instagram</i>	39
2.2.4 <i>Price Discount</i>	45
2.2.5 <i>Product Quality</i>	50
2.2.6 <i>Brand Trust</i>	53
2.2.7 Loyalitas Pelanggan.....	56
2.3 Teori Hubungan Antar Variabel	63
2.3.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing Instagram</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	63
2.3.2 Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	64

2.3.3	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	65
2.3.4	Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	65
2.3.5	Pengaruh <i>Social Media Marketing, Price Discount, Product Quality</i> dan <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	65
2.4	Kerangka Teoritik.....	66
2.5	Hipotesis.....	67
2.5.1	Pengaruh <i>Social Media Marketing Instagram</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	67
2.5.2	Pengaruh <i>Price Discount</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	68
2.5.3	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	68
2.5.4	Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	69
2.5.5	Pengaruh <i>Social Media Marketing, Price Discount, Product Quality</i> dan <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	70
BAB III METODE PENELITIAN		71
3.1	Ruang Lingkup Penelitian	71
3.2	Jenis Penelitian.....	71
3.3	Lokasi Penelitian.....	72
3.4	Populasi dan Sampel	72
3.5	Teknik Pengambilan Sampel	72
3.6	Penentuan Jumlah Sampel	73
3.7	Data dan Teknik Pengumpulannya	74
3.7.1	Sifat Data	74
3.7.2	Sumber Data	74
3.7.3	Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.8	Identifikasi Variabel.....	76
3.9	Definisi Operasional Variabel.....	77
3.10	Teknik Analisis	81
3.10.1	Uji Instrumen Data.....	81
3.10.2	Uji Reliabilitas	81
3.10.3	Uji Asumsi Klasik.....	82
3.10.4	Analisis Linier Berganda	84

3.10.5 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	84
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	87
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	87
4.1.1 Sejarah Perusahaan	87
4.1.2 Analisa Deskriptif.....	96
4.1.3 Hasil Analisis Statistik	103
4.2 Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian.....	115
4.2.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing Instagram</i> (X ₁) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada <i>Prettywell Skincare</i>	115
4.2.2 Pengaruh <i>Price Discount</i> (X ₂) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada <i>Prettywell Skincare</i>	116
4.2.3 Pengaruh <i>Product Quality</i> (X ₃) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada <i>Prettywell Skincare</i>	117
4.2.4 Pengaruh <i>Brand Trust</i> (X ₄) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada <i>Prettywell Skincare</i>	118
4.2.5 Pengaruh <i>Social Media Marketing Instagram</i> (X ₁), <i>Price Discount</i> (X ₂), <i>Product Quality</i> (X ₃), Dan <i>Brand Trust</i> (X ₄) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada <i>Prettywell Skincare</i> (Y)	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	121
5.1 Kesimpulan.....	121
5.2 Saran	121
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN.....	127