

# 23. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pemakaian Lipstik Wardah Di Kota Pontianak

*by Helman Fachri Helman Fachri*

---

**Submission date:** 14-Jun-2023 05:28PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2115876239

**File name:** 23. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pemakaian Lipstik Wardah Di Kota Pontianak.pdf (218.98K)

**Word count:** 328

**Character count:** 2020



**1**  
**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN PADA PEMAKAIAN LIPSTIK WARDAH DI KOTA PONTIANAK**

**5**  
**Marnia (NIM 121310587)**  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Pontianak

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui citra merek (*brand image*) lipstik wardah terhadap loyalitas konsumen di Kota Pontianak. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel citra merek (X) dan variabel loyalitas konsumen (Y). Teknik pengumpulan data untuk data primer adalah observasi, Wawancara, Kuesioner sedangkan untuk data sekunder menggunakan teknik studi dokumentasi. Populasi dari penelitian ini adalah semua wanita yang mengkonsumsi atau yang menggunakan Lipstik Wardah di Kota Pontianak, dan yang dijadikan sampel sebanyak 100 orang. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah Analisis Regresi Linier Sederhana, Korelasi (r), Koefisien Determinasi dan Uji Kelayakan Model (Uji F).

Hasil persamaan regresi linier sederhana diketahui  $\hat{Y} = 4,005 + 0,243 X$ . Koefisien regresi (a) sebesar 4,005 menerangkan bahwa apabila *brand image* lipstik Wardah bernilai 0(nol), maka loyalitas konsumen di Kota Pontianak sebesar 4,005. Nilai koefisien regresi  $b = 0,243$  artinya jika nilai *brand image* meningkat sebesar 1 (satu) satuan maka nilai loyalitas konsumen akan meningkat sebesar 0,243 satuan. Nilai r atau koefisien korelasinya sebesar  $= 0,430$ , menunjukkan bahwa hubungan antara semua variabel bebas dengan variabel terikat adalah cukup kuat. Artinya jika citra merek (*brand image*) meningkat maka loyalitas konsumen juga akan meningkat.

Dari hasil koefisien determinasi ( $r^2$ ) diperoleh nilai sebesar 0,185. Hasil ini berarti 18,5% loyalitas konsumen dipengaruhi oleh variabel *brand image*, sedangkan sisanya atau sebesar 81,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari hasil uji kelayakan model (Uji F) menunjukkan nilai F hitung lebih besar dari signifikan tingkat keyakinan 0,05, maka model regresi linier sederhana tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen di Kota Pontianak yang dipengaruhi oleh *brand image* lipstik Wardah.

Kata Kunci : Kosmetik, Citra Merek, Loyalitas Konsumen, Wardah

# 23. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pemakaian Lipstik Wardah Di Kota Pontianak

## ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

|   |   |    |
|---|---|----|
| 1 | <a href="http://digilib.esaunggul.ac.id">digilib.esaunggul.ac.id</a><br>Internet Source   | 2% |
| 2 | <a href="http://ejournal.upi.edu">ejournal.upi.edu</a><br>Internet Source                 | 2% |
| 3 | <a href="http://etd.repository.ugm.ac.id">etd.repository.ugm.ac.id</a><br>Internet Source | 2% |
| 4 | <a href="http://id.scribd.com">id.scribd.com</a><br>Internet Source                       | 2% |
| 5 | <a href="http://journal.trunojoyo.ac.id">journal.trunojoyo.ac.id</a><br>Internet Source   | 2% |
| 6 | <a href="http://repository.upi.edu">repository.upi.edu</a><br>Internet Source             | 2% |

Exclude quotes  On

Exclude bibliography  On

Exclude matches  < 2%