

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PRODUK GLAD2GLOW PADA MAHASISWI
STIA AMUNTAI**

KARYA TULIS ILMIAH

Disusun untuk memenuhi Syarat-Syarat Meraih Gelar Diploma Tiga (D3) Pada
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai



**OLEH
MAULIDAWATI
NPM : 202220**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI AMUNTAI**

2025

MOTTO

“Hidup Seperti Sebuah Buku Bacaan, Ada Beberapa Bab Menyedihkan, Beberapa Bab Kebahagiaan, Beberapa Bab Menyenangkan, Dan Beberapa Bab Menyusahkan. Tetapi Jika Kalian Tidak Pernah Membalik Halaman, Kalian Tidak Akan Pernah Tahu Rahasia Yang Akan Terjadi Didepan”

PERSEMBAHAN

1. Alhamdulillah, saya sangat bersyukur telah mendapatkan kemudahan dan rezeki dari Allah dalam kehidupan sehari-hari
2. Saya sangat bersyukur telah membahagiakan orang tua dan saudara-saudara saya
3. Saya sangat bersyukur memiliki dosen pembimbing di kampus STIA Amuntai yang telah membimbing saya dengan baik dan penuh kesabaran
4. Saya sangat bersyukur memperoleh banyak teman dan ilmu yang berguna saat perkuliahan
5. Doakan untuk sukses di dunia dan di akhirat serta bermanfaat bagi orang lain

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KTI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MAULIDAWATI

NPM : 202220

**Judul KTI : PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PRODUK GLAD2GLOW
PADA MAHASISWI STIA AMUNTAI**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Tulis Imiah (KTI) yang saya tulis ini adalah memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi manapun.

Sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah penulis atau terbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dalam naskah ini disebut daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, apabila dikemudian hari ternyata saya terbukti melakukan pelanggaran akademik tersebut di atas, saya bersedia menerima sanksi dicabut ijazah serta gelar yang telah diberikan kepada saya.

Barabai, Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Maulidawati

TANDA PERSETUJUAN
PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PRODUK GLAD2GLOW PADA
MAHASISWI STIA AMUNTAI

TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan
Pada tanggal,

Untuk dipertahankan didepan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi
Adminitrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Admistrasi Amuntai

Disetujui

Ketua



Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B. CLMA®
NIK. 19940609201509 1 020

Dosen Pembimbing

Jumai Latte, S.AB, M.AB, CIQnR
NUPTK. 4541769670230313

Disahkan Oleh

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai



Dr. Reno Arifan, S.Sos., M.AP, CIQnR, CIQaR
NIK. 19891025 201807 1 030

TUGAS AKHIR
PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PRODUK GLAD2GLOW PADA
MAHASISWI STIA AMUNTAI

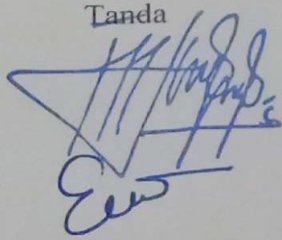
Disusun Oleh:

Nama : Maulidawati

NPM : 202220

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai Pada Tanggal 1 Agustus 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya.

Susunan Tim Penguji

Tangan	Nama Lengkap	
Ketua Merangkap Anggota	Jumai Latte, , S.AB, M.AB,	
Sekretaris Merangkap Anggota	Eka Santi Agustina, S.Sos, MM	

Amuntai, 1 Agustus 2025

Ketua
Program Studi Administrasi Bisnis



Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B. CLMA®
NIK. 19940609201509 1 020

Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai



Dr. Keno Adharian, S.Sos., M.AP, CIOqR, CIOqR
NIK. 19891025 201807 1 030

ABSTRAK

MAULIDAWATI, NPM : 202220, Judul “PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK GLAD2GLOW PADA MAHASISWI STIA AMUNTAI”, dibawah bimbingan Ibu Jumai Latte, S.AB, M.AB, CIQnR.

Industri kosmetik merupakan industri dengan pertumbuhan yang sangat cepat dan juga merupakan salah satu industri dengan tingkat penjualan yang sangat tinggi. Penduduk Indonesia yang mencapai 250 juta jiwa memberikan potensi yang besar di industri kecantikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Citra Merek Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Glad2glow Pada Mahasiswi STIA Amuntai, dan Seberapa Besar Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Glad2glow Pada Mahasiswi STIA Amuntai.

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe atau jenis penelitian kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi aktif STIA Amuntai. Metode yang digunakan dalam penarikan sampel ini adalah *Probability Sampling*. *Probability Sampling* menurut Sugiyono (2014), adalah Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Untuk mengukur besaran sampel yang akan diteliti peneliti menggunakan rumus Slovin dengan jumlah sampel 93 responden.

Hasil dalam Penelitian ini membuktikan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t, di mana $t_{hitung} (7,450) > t_{tabel} (1,661)$ dan nilai signifikansi $(0,001) < (0,05)$. Kemudian hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel citra merek memiliki pengaruh yaitu sebesar 56,0% terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya 44,0% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini.

Saran Kepada Perusahaan Glad2glow untuk dapat terus menjaga dan meningkatkan citra merek melalui kualitas produk yang konsisten, kemasan yang menarik, serta strategi pemasaran yang tepat sasaran, khususnya yang sesuai dengan karakteristik mahasiswi sebagai target pasar.

Kata Kunci : Citra Merek, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

MAULIDAWATI, NPM : 202220, Titled "**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY OF GLAD2GLOW PRODUCTS AMONG STUDENTS OF STIA AMUNTAI**", under the guidance of Ms. Jumai Latte, S.AB, M.AB, CIQnR.

The cosmetics industry is a rapidly growing industry and also one with very high sales levels. Indonesia's population of 250 million provides great potential for the beauty industry. This study aims to determine whether Brand Image Influences Customer Loyalty of Glad2Glow Products among STIA Amuntar female students, and to what extent Brand Image Influences Customer Loyalty of Glad2Glow Products among STIA Amuntar female students.

The method used by the researcher in this study is a quantitative method. The type of research used is associative quantitative research, namely research that examines the relationship between two or more variables. The population in this study were active female students of STIA Amuntar. The method used in this sampling was Probability Sampling. Probability Sampling according to Sugiyono (2014), is a sampling technique that provides an equal opportunity for each element or member of the population to be selected as a sample. To measure the size of the sample to be studied, the researcher used the Slovin routine with a sample size of 93 respondents.

The results of this study demonstrate a significant influence between brand image and customer loyalty. This is demonstrated by the t-test, with a t-test of 7.450, a table of 1.661, and a significance value of $0.001 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) indicates that brand image has a 56.0% influence on customer loyalty, while the remaining 56.0% is influenced by other factors not examined in this study.

Recommendations for Glad2glow include maintaining and enhancing its brand image through consistent product quality, attractive packaging, and targeted marketing strategies, particularly those tailored to the characteristics of the target market.

Keywords: Brand Image, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam. Shalawat serta salam selalu tercurah keharibaan junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga dan para sahabat beliau.

Syukur Alhamdulillah atas berkat Rahmat dan Hidayah Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah ini yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK GLAD2GLOW PADA MAHASISWI STIA AMUNTAI”**.

Tujuan Karya Tulis Ilmiah ini adalah salah satu persyaratan memperoleh gelar Diploma 3 (D3) Jurusan Administrasi Bisnis pada Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Reno Affrian, S.Sos, M.AP, CIQnR, CIQaR selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.
2. Bapak Haris Fadillah, S.Sos.,M.A.B.CLMA[®] selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis.
3. Ibu Jumai Latte, S.SAB, M.AB, CIQnR selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu, memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk kepada penulis sehingga karya tulis ilmiah ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Orang tua yang sudah memberikan doa, motivasi dan dukungan kepada peneliti sehingga karya tulis ilmiah ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
5. Seluruh keluarga dan teman-teman yang telah memberikan motivasi serta doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah ini.
6. Seluruh pihak yang terkait dalam penyelesaian Karya Tulis Ilmiah ini yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Karya Tulis Ilmiah ini masih banyak terdapat kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan guna kesempurnaan Karya Tulis Ilmiah ini.

Akhirnya penulis berharap semoga Karya Tulis Ilmiah ini dapat digunakan sebagaimana mestinya dan dapat bermanfaat bagi kita semua, terutama bagi penulis sendiri dan pihak lain yang memerlukannya.

Amuntai, 25 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

MOTTO.....	ii
PERSEMBAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KTI	iv
TANDA PERSETUJUAN.....	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
BERITA ACARA.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7

A. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Tinjauan Teoritis	9
C. Kerangka Pemikiran	23
D. Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Lokasi Penelitian	26
B. Pendekatan Penelitian.....	26
C. Tipe Penelitian.....	26
D. Populasi dan Sampel	27
E. Definisi Operasional Variabel	29
F. Instrumen Penelitian.....	31
G. Teknik Pengumpulan Data	32
H. Teknik Penentuan Skor.....	32
I. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
J. Uji Normalitas	35
K. Uji Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Gambaran Umum	39
B. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42

C. Hasil Penelitian.....	43
D. Teknik Analisis Data	61
E. Pembahasan.....	365
BAB V PENUTUP	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Aktif STIA Amuntai	27
Tabel 3.2 Definisi Operasional Penelitian.....	30
Tabel 3.3 Skala Likert	31
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	43
Tabel 4.3 Jawaban Responden Terhadap Variabel X1.....	43
Tabel 4.4 Jawaban Responden Terhadap Variabel X2.....	44
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Variabel X3.....	45
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Variabel X4.....	46
Tabel 4.7 Jawaban Responden Terhadap Variabel X5.....	46
Tabel 4.8 Jawaban Responden Terhadap Variabel X6.....	47
Tabel 4.9 Jawaban Responden Terhadap Variabel X7.....	48
Tabel 4.10 Jawaban Responden Terhadap Variabel Y1.....	49
Tabel 4.11 Jawaban Responden Terhadap Variabel Y2.....	49
Tabel 4.12 Jawaban Responden Terhadap Variabel Y3.....	50
Tabel 4.13 Jawaban Responden Terhadap Variabel Y4.....	51
Tabel 4.14 Jawaban Responden Terhadap Variabel Y5.....	52
Tabel 4.15 Jawaban Responden Terhadap Variabel Y6.....	52
Tabel 4.16 Jawaban Responden Terhadap Variabel Y7.....	53
Tabel 4.17 Jawaban Responden Terhadap Variabel Y8.....	54
Tabel 4.18 Jawaban Responden Terhadap Variabel Y9.....	55
Tabel 4.19 Jawaban Responden Terhadap Variabel Y10.....	55
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel X	56

Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel Y	57
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.23 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	60
Tabel 4.25 Hasil Uji Parsial (Uji T)	62
Tabel 4.26 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan Skincare dan Makeup di Indonesia	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	41