



PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PRODUK THE BODY SHOP
(Studi kasus pada Pelanggan The Body Shop Semarang)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama: Indah Putri Marliani

NIM: 14020214120016

DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO

2018

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Putri Marliani
NIM : 14020214120016
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK THE BODY SHOP
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN THE BODY SHOP KOTA
SEMARANG)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 01 Mei 2018

Pembuat Pernyataan,

Indah Putri Marliani

NIM. 14020214120016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk The Body Shop (Studi Kasus pada Pelanggan The Body Shop Kota Semarang)

Nama Penyusun : Indah Putri Marliani

NIM : 140202114120016

Jurusan : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Dekan

Semarang, 24 Juni 2018

Wakil Dekan I

Dr. Sunarto, M.Si

NIP. 19660727.199203.1.001

Dr. Hedi Pudjo Santoso, M.Si

NIP. 19610510.198902.1.002

Dosen Pembimbing

1. Dra. Apriatni E.P, M.Si

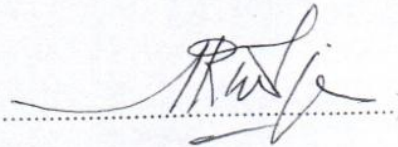
()

Dosen Penguji

1. Drs. Agus Hermani DS, MM

()

2. Dra. Rodhiyah S.U

()

3. Dra. Apriyatni E.P, M.Si

()

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya”. Q.S Al-Baqarah: 286

“Stay focus and complete the journey.”

“Tetap focus dan selesaikan perjalananan”

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

- Ayahanda Agung Zainuddin dan Ibu In Suparti sebagai orang tua saya yang selalu memberikan support, kasih sayang dan doa yang tiada henti. Semoga dengan selesainya skripsi ini dapat menjadi awal bagi saya untuk dapat membuat ayah dan mamah bangga.
- Kakak dan keponakan saya Fatimah Az-zahra yang selalu menjadi penghibur untuk saya
- Sahabat terbaik saya sejak SMP Adinda Windasari dan Vina Fadhillah sebagai human diary yang selalu mendengarkan keluh kesah saya dan mengerti keadaan saya.
- Kawan SMA yang memberi dukungan dan menjadi penghibur disaat saya sedih Ditania Triany, Qolila, dan Rina
- Sahabat receh ; Szafira, Nindy, Jessica, Icing dan Anti yang selalu mengisi hari hari saya selama saya berkuliah disini dan menjadi penyemangat saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Run The World, teman sedari maba sampai saat ini yang menemani perjalanan kuliah saya.
- Cewek Cewek anti wacana Azkia, Vinny, Lili.

- Teman hidup 42 hari saya KKN desa Keniten, Batang.
- Adik, sahabat, dan teman-teman dekat Alya Takwarina, Rizal, Raihan, Gilang, Disa, Kamilia.
- HMJ Administrasi Bisnis 2016, dan Future Leader Summit 2017 yang telah memberikan saya banyak pengalaman berharga.
- Keluarga Serigala Humas sebagai tempat saya belajar untuk jadi pemimpin.
- Dan tidak lupa saya ingin memberi apresiasi kepada diri saya sendiri Indah Putri Marliani karena telah berhasil menyelesaikan tugas berat menulis skripsi ini.
- Seluruh teman-teman Administrasi Bisnis 2014.
- Semua teman-teman terdekat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan dan dukungannya selama ini

ABSTRAK

Kosmetika sebagai produk kecantikan merupakan barang yang sering kali di beli dan di pilih para konsumen wanita khususnya. Produk Kosmetik merupakan produk yang unik, karena selain produk ini memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar (terutama wanita) akan kecantikan sekaligus sebagai sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya di masyarakat. Salah satu bisnis kosmetika yang populer dikalangan masyarakat adalah merek The Body Shop. Namun pada kenyataannya The Body Shop sampai saat ini belum mendapatkan hasil yang memuaskan dalam penjualannya di Indonesia dan telah kalah saing dengan kompetitor yang bermunculan. Maka dari itu, upaya menarik konsumen untuk memiliki loyalitas tinggi merupakan hal penting agar eksistensi perusahaan terus terjaga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan produk The Body Shop yang ada di kota Semarang.

Penelitian ini merupakan explanatory research dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi dan sampel yang digunakan adalah pelanggan The Body Shop di Kota Semarang yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa *Brand Image* dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dibuktikan melalui uji regresi linear sederhana dengan nilai regresi yaitu *brand image* sebesar 0,480 dan kualitas produk sebesar 0,491. Teknik analisis data menggunakan uji korelasi, uji determinasi, uji regresi linear sederhana, uji regresi linear berganda, uji t dan uji F

dengan bantuan program IBM SPSS (Statistical Product and Service Solutions) versi 23. Pengaruh brand image dan kualitas produk secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 39,7 %. Sedangkan sisanya 60,3 % dipengaruhi faktor lain.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis dapat memberikan saran kepada The Body Shop agar menjaga image produk natural yang sudah melekat pada brand dan terus meningkatkan kualitas produknya baik dalam segi pengemasan maupun bahan baku yang digunakan.

ABSTRACT

THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY TO CUSTOMER LOYALTY OF THE BODY SHOP (CASE STUDY THE BODY SHOP'S CUSTOMERS IN THE CITY OF SEMARANG)

Cosmetics as a beauty product is a product that is often purchased and selected by female consumers in particular. Cosmetic product is a unique product because besides this product has the ability to complete the basic needs (especially women) for beauty as well as a means for consumers to clarify their identities in society.

One of the most popular cosmetics businesses among the society is The Body Shop brand. But The Body Shop has so far not received satisfactory results in its sales in Indonesia and has been outdone by its emerging competitors. Therefore, the effort to attract consumers to have high loyalty is an important thing for the existence of the company continues to awake. This study aims to determine the effect of brand image and product quality on customer loyalty products The Body Shop in Semarang city.

This research is an explanatory research by using questionnaire as its instrument. The population and samples used are The Body Shop customers in Semarang City taken as many as 100 respondents by using purposive sampling method.

Based on the results of the analysis can be concluded that Brand Image and product quality influence on customer loyalty, evidenced through simple linear regression test with regression value that is equal to brand image of 0.480 and product quality of 0.491. The data analysis techniques are using correlation test,

determination test, simple linear regression test, multiple linear regression test, t test and F test with the help of IBM SPSS (Statistical Product and Service Solutions) program version 23. The influence of brand image and product quality together affects customer loyalty by 39.7%. While the remaining 60.3% influenced by other factors.

Based on the results of the research, the author can provide advices to The Body Shop in order to maintain the image of natural products that have been attached to the brand, and continue to improve the quality of its products both in terms of packaging and raw materials used.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan berkah, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Penulis sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul : **“Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan The Body Shop Kota Semarang)** ini tidak mungkin dapat selesai tanpa doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Sunarto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.
2. Ibu Bulan Prabawani, S.Sos, M.M, Ph.D selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Dra. Apriyatni EP, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.

4. Bapak Drs. Agus Hermani DS, MM. selaku dosen penguji yang telah berkenan meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini
5. Ibu Dra. Rodhiyah, S.U. selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan serta meluangkan waktu untuk menguji dalam penyusunan skripsi ini,
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
8. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran konstruktif sangat penulis harapkan guna tercapainya hasil yang bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 05 Juni 2018

Penyusun

Indah Putri Marliani
NIM. 14020214120016

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------------------------------|
| PENGARUH <i>BRAND IMAGE</i> DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK THE BODY SHOP (Studi kasus pada Pelanggan The Body Shop Semarang)..... | i |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | Error! Bookmark not defined. |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | iii |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xvi |
| DAFTAR GAMBAR | xix |
| BAB I PENDAHULUAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.1 Latar Belakang | Error! Bookmark not defined. |
| 1.2 Rumusan Masalah Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 1.3 Tujuan Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 1.5 Kerangka Teoritis..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.5.1 Pemasaran..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.5.2 Konsep Green Marketing | Error! Bookmark not defined. |
| 1.5.3 Brand Image (Citra Merek) | Error! Bookmark not defined. |
| 1.5.4 Kualitas Produk | Error! Bookmark not defined. |
| 1.5.5 Loyalitas Pelanggan | Error! Bookmark not defined. |
| 1.6 Pengaruh Antar Variable..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.6.3 Pengaruh Brand Image (X1) dengan Loyalitas Pelanggan (Y1) | Error! Bookmark not defined. |
| 1.6.4 Pengaruh Kualitas Produk(X2) dengan Loyalitas Pelanggan (Y2) | Error! Bookmark not defined. |

| | | |
|--|--|-------------------------------------|
| 1.6.5 | Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.7 | Hipotesis | Error! Bookmark not defined. |
| 1.8 | Definisi Konseptual | Error! Bookmark not defined. |
| 1.9 | Definisi Operasional | Error! Bookmark not defined. |
| 1.10 | Metode Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 1.10.3 | Tipe Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.10.4 | Populasi dan Sampel Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 1.10.5 | Teknik Pengambilan Sampel..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.10.6 | Sumber Data..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.10.7 | Skala Pengukuran..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.10.8 | Teknik Pengumpulan Data | Error! Bookmark not defined. |
| 1.10.9 | Teknik Pengolahan Data | Error! Bookmark not defined. |
| 1.10.10 | Teknik Analisa Data | Error! Bookmark not defined. |
| BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN THE BODY SHOP DAN KOTA SEMARANG | | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1 | Sejarah Perkembangan The Body Shop..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.2 | Logo Perusahaan | Error! Bookmark not defined. |
| 2.3 | Values The Body Shop | Error! Bookmark not defined. |
| 2.4 | Filosofi The Body Shop | Error! Bookmark not defined. |
| 2.5 | Visi dan Misi Perusahaan..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.6 | Struktur Organisasi Perusahaan The Body Shop..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.7 | Identitas Responden | Error! Bookmark not defined. |
| 2.7.1. | Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | Error! Bookmark not defined. |
| 2.7.2 | Responden Berdasarkan Usia | Error! Bookmark not defined. |

| | |
|---|-------------------------------------|
| 2.7.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan | Error! Bookmark not defined. |
| 2.7.4 Responden Berdasarkan Pendapatan | Error! Bookmark not defined. |
| 2.7.5 Responden Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan The Body Shop | Error! Bookmark not defined. |
| 2.7.6 Responden Berdasarkan Jenis Produk | Error! Bookmark not defined. |
| BAB III PENGARUH <i>BRAND IMAGE</i> DAN KUALITAS PRODUK , TERHADAPLOYALITAS PELANGGAN PRODUK THE BODY SHOP | |
| 3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas | Error! Bookmark not defined. |
| 3.1.1 Uji Validitas | Error! Bookmark not defined. |
| 3.1.2 Uji Reliabilitas | Error! Bookmark not defined. |
| 3.2 Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 3.2.1. Persepsi Responden Terhadap <i>Brand Image</i> (Citra Merek) | Error! Bookmark not defined. |
| 3.2.2 Persepsi Responden Terhadap Kualitas Produk | Error! Bookmark not defined. |
| 3.2.3 Persepsi Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan | Error! Bookmark not defined. |
| 3.3 Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan | Error! Bookmark not defined. |
| 3.3.1 Koefisien Korelasi Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan | Error! Bookmark not defined. |
| 3.3.2 Koefisien Determinasi (R^2)..... | Error! Bookmark not defined. |
| 3.3.3 Regresi Linier Sederhana | Error! Bookmark not defined. |
| 3.3.4 Uji t | Error! Bookmark not defined. |
| 3.4 Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dengan Loyalitas Pelanggan | Error! Bookmark not defined. |
| 3.4.1 Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan | Error! Bookmark not defined. |
| 3.4.2 Koefisien Determinasi (R^2) | Error! Bookmark not defined. |
| 3.4.3 Regresi Linear Sederhana | Error! Bookmark not defined. |
| 3.4.4 Uji t | Error! Bookmark not defined. |
| 3.5 Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan..... | Error! Bookmark not defined. |

| | |
|--|-------------------------------------|
| 3.5.1 Koefisien Korelasi | Error! Bookmark not defined. |
| 3.5.2 Koefisien Determinasi (R^2)..... | Error! Bookmark not defined. |
| 3.5.3 Regresi Linear Berganda..... | Error! Bookmark not defined. |
| 3.5.4 Uji F | Error! Bookmark not defined. |
| 3.6 Pembahasan..... | Error! Bookmark not defined. |
| BAB IV PENUTUP | Error! Bookmark not defined. |
| 4.1 Kesimpulan | Error! Bookmark not defined. |
| 4.2 Saran | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR PUSTAKA | Error! Bookmark not defined. |

DAFTAR TABEL

- Tabel 1. 1 Top Brand Index Kategori Body Mist ..**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 2 Top Brand Index Kategori Body Butter**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 3 Top Brand Index Kategori Lip Gloss....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 4 Top Brand Index Kategori BB Cream ..**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 6 Koefisien Korelasi**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 2 Jenis Kelamin Responden**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 3 Umur Responden**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 4 Pekerjaan Responden**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 5 Pendapatan Responden**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 6 Berapa Lama Menggunakan The Body Shop **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 7 Tabel Pelanggan Jenis Produk**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas *Brand Image***Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Harga.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 5 Mengenali Logo dari Merek The Body Shop**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 6 Slogan yang Digunakan The Body Shop**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 7 Bahan Baku The Body Shop Ramah Lingkungan**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 8 Produk The Body Shop Memiliki Ciri Khas Keharuman yang Berbeda dari Produk Lain**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 9 Menggunakan Merek The Body Shop dapat Memberikan Rasa Percaya Diri yang Lebih**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 10 Merek The Body Shop Mudah Diingat Dalam Benak Pelanggan**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 11 The Body Shop Merupakan Merek yang Popular di Kalangan Masyarakat**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 12 Rata-rata Jawaban Responden Mengenai Variabel *Brand Image***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 13 Kategorisasi Variabel Brand image**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 14 Kinerja Produk yang Mampu Memenuhi Kebutuhan Kecantikan Pelanggan**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 15 Manfaat Yang dihasilkan Sesuai dengan yang Tertera pada Label Kemasan**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 16 Kelengkapan Informasi Pada Kemasan Produk**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 17 Kemasan produk Terlihat Rapi dan Bagus**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 18 The Body Shop Memiliki Banyak Variasi Produk **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 19 Rata-rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 20 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 21 Bersedia Melakukan Pembelian Ulang pada Produk The Body Shop **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 22 Menjadikan Produk the Body Shop Sebagai Pilihan Utama **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 23 Kesiapan Untuk Tidak Beralih Menggunakan Produk Lain **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 24 Bersedia Merekomendasikan Produk the Body Shop Kepada Orang Lain **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 25 Rata-rata Jawaban Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 26 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 27 Hasil Uji Korelasi Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 28 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Coefficients^a Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 29 Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 30 Hasil uji Regresi Linear Sederhana Variabel Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 31 Koefisien Korelasi Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 32 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 33 Uji F Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. 1 Skala *Rating Scale***Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 2 Kurva Uji t (*Two Tail*)**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 3 Kurva Uji F**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 1 Logo The Body Shop**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Perusahaan The Body Shop Indonesia..... **Error!
Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 1 Pengujian Hipotesis Dengan t-Test Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 2 Pengujian Hipotesis Dengan t-TestVariabel Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 3 Pengujian Hipotesis dengan F-Test antara Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan,**Error! Bookmark not defined.**

