

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Hada Labo Pada Generasi Z di Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Tika Aslamu Beni, NIM. 126405212157, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan pembimbing Hima Widyas Asmara, M.Pd.

Kata Kunci : *brand image*, kepercayaan merek, kepuasan pelanggan, kualitas produk

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan bisnis di industri produk perawatan kulit semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen terutama generasi Z terhadap pentingnya perawatan kulit. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk yang mampu memenuhi harapan konsumen, kepercayaan terhadap merek yang dibangun melalui konsistensi dan transparansi produk, serta brand image yang kuat dalam menciptakan persepsi positif di benak konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kepercayaan merek, dan brand image terhadap kepuasan pelanggan produk Hada Labo pada generasi Z di Kabupaten Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden, yaitu generasi Z di Kabupaten Tulungagung yang pernah atau sedang menggunakan produk hada labo. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui google form.

Hasil penelitian pada uji t dan uji F menunjukkan bahwa: 1) Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, dan *Brand Image* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Hada Labo pada generasi Z di Kabupaten Tulungagung. 2) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Hada Labo pada generasi Z di Kabupaten Tulungagung. 3) Kepercayaan Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Hada Labo pada generasi Z di Kabupaten Tulungagung. 4) *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Hada Labo pada generasi Z di Kabupaten Tulungagung.

ABSTRACT

The thesis entitled “The Influence of Product Quality, Brand Trust, and Brand Image on Customer Satisfaction of Hada Labo Products among Generation Z in Tulungagung Regency” was written by Tika Aslamu Beni, NIM. 126405212157, Business Management Syariah Study Program, Department of Business and Management, Faculty of Islamic Economics and Business, supervised by Hima Widyas Asmara, M.Pd.

Keywords: brand image, brand trust, customer satisfaction, product quality

This study is motivated by the increasing competition in the skincare product industry, along with the rising awareness among consumers, especially Generation Z, about the importance of skincare. Customer satisfaction can be influenced by various factors, including product quality that meets consumer expectations, brand trust built through product consistency and transparency, and a strong brand image that creates a positive perception in consumers’ minds. Therefore, this study aims to analyze the influence of product quality, brand trust, and brand image on customer satisfaction of Hada Labo products among Generation Z in Tulungagung Regency.

This study uses a quantitative approach with an associative type. The sampling technique employed is non-probability sampling using purposive sampling, involving 100 respondents who are Generation Z in Tulungagung Regency that have used or are currently using Hada Labo products. Data collection was conducted using a questionnaire distributed via Google Forms.

The results of the t-test and F-test indicate that: 1) Product Quality, Brand Trust, and Brand Image simultaneously have a significant effect on Customer Satisfaction of Hada Labo products among Generation Z in Tulungagung Regency. 2) Product Quality has a significant effect on Customer Satisfaction of Hada Labo products among Generation Z in Tulungagung Regency. 3) Brand Trust does not have a significant effect on Customer Satisfaction of Hada Labo products among Generation Z in Tulungagung Regency. 4) Brand Image has a significant effect on Customer Satisfaction of Hada Labo products among Generation Z in Tulungagung Regency.