

SKRIPSI

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
COMPETITIVE ADVANTAGE MELALUI MEDIASI *BRAND IMAGE***

(STUDI PADA UMKM MAKEUP ARTIST DI BANJARMASIN)



Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana

Manajemen

Oleh:

JASMINE NUR SHABRINA

NIM 2010312220019

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

BANJARMASIN

2026

LEMBAR LEGALITAS
PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
COMPETITIVE ADVANTAGE* MELALUI *MEDIASI BRAND IMAGE
(STUDI PADA *MAKEUP ARTIST* DI KOTA BANJARMASIN)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Jasmine Nur Shabrina

NIM: 2010312220019

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 8 April 2026 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing



Dr. Hj. Hastin Umi Anisah, S.E., M.M.

NIP. 19780714 200312 2 002

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si

NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Jasmine Nur Shabrina
NIM : 2010312220019
Jurusan : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap
Competitive Advantage melalui mediasi *Brand Image* (Studi pada
Makeup Artist di kota Banjarmasin)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Kewirausahaan
Ujian Dilaksanakan : Senin, 8 April 2026

Tim Penguji

Pembimbing : Dr. Hj. Hastin Umi Anisah, S.E., M.M.

()

Penguji 1 : Dr. Ahmad Rifani, S.E., M.M.

Penguji 2 : Akhmad Supriyanto, S.E., M.M.

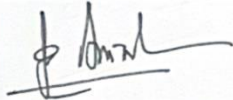
LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Jasmine Nur Shabrina
NIM : 2010312220019
Jurusan /Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap *Competitive Advantage* melalui mediasi *Brand Image* (Studi pada *Makeup Artist* di Kota Banjarmasin)

Hari/Tanggal : Rabu, 8 April 2026
Tempat : Ruang Sidang 1 Gedung PG
Waktu Ujian : 11.00 WITA – Selesai

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji:

Nama	Keterangan	TTD
<u>Dr. Hj. Hastin Umi Anisah, S.E., M.M. NIP. 19780714 200312 2 002</u>	Pembimbing	

Dengan demikian, berita acara perbaikan ujian skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Dosen Pembimbing.

Mengetahui,
Koordinator Program Studi
Manajemen



Abdur Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 19700707 200501 1 001

Banjarmasin, 20 April 2026
Mahasiswa



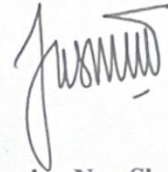
Jasmine Nur Shabrina
NIM. 2010312220019

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 20 April 2026

Yang membuat pernyataan,



Jasmine Nur Shabrina
NIM. 2010312220019

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang tiada henti penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat, karunia, serta kemudahan yang diberikan, sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap *Competitive Advantage* melalui Mediasi *Brand Image* (Studi Pada Makeup artist di Banjarmasin)” dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan karya ilmiah ini merupakan salah satu bentuk tanggung jawab akademik penulis dalam memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa perjalanan dalam menyusun skripsi ini bukanlah proses yang singkat maupun mudah. Berbagai tantangan, keterbatasan, dan dinamika telah menjadi bagian dari proses pembelajaran yang berharga. Namun, berkat dukungan, doa, bimbingan, serta kontribusi dari berbagai pihak, seluruh rangkaian penyusunan skripsi ini dapat dilalui dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan apresiasi, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, S.E., M.Si., selaku Koordinator Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

4. Ibu Dr. Hj. Hastin Umi Anisah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dan bantuan serta pengorbanan waktu dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ahmad Rifani, S.E., M.M. dan bapak Akhmad Supriyanto, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik serta saran yang bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini.
6. Ibu Rusdayati Asma, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama masa perkuliahan.
7. Bapak dan ibu Dosen Pengajar serta seluruh Staf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan banyak pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi Peneliti.
8. Orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat yang selalu mendukung dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, sehingga Penulis mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca agar skripsi ini menjadi lebih baik lagi serta dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Banjarmasin, 17 Maret 2026

Jasmine Nur Shabrina
NIM.2010312220019

ABSTRACT

Jasmine Nur Shabrina (2026). The effect of Product Quality and Service Quality on Competitive Advantage through the Mediation of Brand Image (A Study of Makeup artist MSMEs in Banjarmasin). Advisor: Hj. Hastin Umi Anisah.

This study aims to examine the effect of Product Quality and Service Quality on Competitive Advantage, with Brand Image acting as a mediating variable in Makeup artist businesses in Banjarmasin City. The research adopts a quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed to respondents. The population consists of 229 Makeup artist business owners or managers in Banjarmasin, all of whom were included as the sample using a census technique. The collected data were then analyzed using the Partial Least Square (PLS) method with the assistance of SmartPLS 4.0 software.

The results indicate that Product Quality, Service Quality, and Brand Image have a positive and significant effect on Competitive Advantage. Furthermore, Product Quality and Service Quality are also proven to have a positive and significant impact on Brand Image. These findings suggest that improving both product and service quality not only directly enhances competitive advantage but also strengthens brand image, which in turn contributes to greater competitiveness. In other words, a strong brand image plays a crucial mediating role in enhancing the competitive advantage of Makeup artist businesses in Banjarmasin.

Based on these findings, Makeup artist business owners in Banjarmasin are encouraged to continuously improve product quality and service quality. Such efforts are expected to reinforce Brand Image and ultimately create a sustainable competitive advantage in an increasingly competitive market.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Brand Image, Competitive Advantage.

ABSTRAK

Jasmine Nur Shabrina (2026). Pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap *Competitive Advantage* melalui mediasi *Brand Image* (Studi pada *Makeup artist* di Banjarmasin). Pembimbing: Hj. Hastin Umi Anisah.

Penelitian ini disusun dengan tujuan untuk mengkaji secara mendalam pengaruh *Product Quality* dan *Service Quality* terhadap *Competitive Advantage*, dengan *Brand Image* sebagai variabel perantara pada usaha *Makeup artist* di Kota Banjarmasin. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada para responden. Adapun populasi penelitian mencakup seluruh pemilik atau pengelola usaha *Makeup artist* di Kota Banjarmasin yang berjumlah 229 unit usaha, di mana keseluruhan populasi tersebut dijadikan sampel melalui teknik sensus. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Product Quality*, *Service Quality*, dan *Brand Image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage*. *Product Quality* dan *Service Quality* juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Image*. Disamping itu, *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage* melalui mediasi *Brand Image* dan *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Competitive Advantage* melalui *Brand Image*. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas produk serta kualitas layanan tidak hanya berdampak langsung pada keunggulan bersaing, tetapi juga secara tidak langsung melalui penguatan citra merek. Dengan kata lain, citra merek yang kuat menjadi jembatan penting dalam meningkatkan daya saing usaha *Makeup artist* di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil tersebut, pelaku usaha *Makeup artist* di Kota Banjarmasin disarankan untuk secara konsisten menjaga dan meningkatkan kualitas produk serta pelayanan yang diberikan. Upaya tersebut diharapkan mampu memperkuat *Brand Image* sehingga dapat menciptakan keunggulan bersaing yang lebih kokoh dan berkelanjutan di tengah persaingan industri yang semakin dinamis.

Kata Kunci : *Product Quality, Service Quality, Brand Image, Competitive Advantage.*

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Sistematika Pembahasan	15
BAB 2	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 <i>Kualitas Produk</i>	17
2.1.2 <i>Kualitas Pelayanan</i>	22
2.1.3 <i>Brand Image</i>	25
2.1.4 <i>Keunggulan Bersaing</i>	28
2.1.5 <i>Keterkaitan Antar Variabel</i>	32
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	35
BAB 3	41
KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN	41
3.1 Kerangka Konseptual	41

3.2 Hipotesis Penelitian.....	42
BAB 4	46
METODE PENELITIAN.....	46
4.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	46
4.1.1 <i>Jenis Penelitian</i>	46
4.1.2 <i>Tempat/Lokasi Penelitian</i>	46
4.2 Unit Analisis	46
4.3 Populasi dan Sampel	47
4.3.1 <i>Populasi</i>	47
4.3.2 <i>Sampel</i>	47
4.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	48
4.4.1 <i>Variabel Penelitian</i>	48
4.4.2 <i>Definisi Operasional Variabel</i>	49
4.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52
4.5.1 <i>Sumber data</i>	53
4.5.2 <i>Teknik Pengukuran Skor</i>	53
4.6 Teknik Analisis Data.....	54
BAB V.....	66
HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....	66
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	66
5.2 Karakteristik Responden	70
5.2.1 <i>Jenis Kelamin</i>	71
5.2.2 <i>Usia</i>	73
5.3 Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	74
5.3.1 <i>Deskripsi Responden Terhadap Variabel product quality</i>	77
5.3.2 <i>Deskripsi Responden Terhadap Variabel service quality</i>	80
5.3.3 <i>Deskripsi Responden Terhadap Variabel Brand image</i>	83
5.3.4 <i>Deskripsi Responden Terhadap Variabel Competitive Advantage</i>	86
5.4 Uji Instrumen Penelitian	89
5.4.1 <i>Uji Validitas</i>	89
5.4.2 <i>Uji Realibilitas</i>	93
5.5 Hasil Evaluasi Model	95

5.5.1 <i>Evaluasi Model Pengukuran (Outer model)</i>	96
5.5.2 <i>Evaluasi Model Struktural (Inner model)</i>	102
5.6 Pembahasan Hasil Penelitian	105
5.6.1 <i>Pengaruh Product Quality terhadap Competitive Advantage</i>	106
5.6.2 <i>Pengaruh Service Quality terhadap Competitive Advantage</i>	108
5.6.3 <i>Product Quality terhadap Brand Image</i>	110
5.6.4 <i>Service Quality terhadap Brand Image</i>	111
5.6.5 <i>Brand Image terhadap Competitive Advantage</i>	112
5.6.6 <i>Product Quality terhadap Competitive Advantage melalui mediasi Brand Image</i>	113
5.6.7 <i>Service Quality terhadap Competitive Advantage melalui mediasi Brand Image</i>	114
5.7 Implikasi Hasil Penelitian	115
5.7.1 <i>Implikasi Teoritis</i>	115
5.7.2 <i>Implikasi Praktis</i>	118
5.8 Keterbatasan Penelitian	122
BAB VI	124
PENUTUP	124
6.1 Kesimpulan	124
6.2 Saran.....	125
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN.....	132

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Kuisisioner Awal Keunggulan bersaing Usaha MUA di Kota Banjarmasin.....	9
Tabel 1.2 Hasil Kuisisioner Awal Kualitas Produk Usaha MUA di Kota Banjarmasin.....	10
Tabel 1.3 Hasil Kuisisioner Awal Kualitas Pelayanan Usaha MUA di Kota Banjarmasin.....	11
Tabel 1.4 Hasil Kuisisioner Awal Brand Image Usaha MUA di Kota Banjarmasin.....	12
Tabel 4. 1 Tabel Pengembangan Instrumen Penelitian	52
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 5. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 5. 3 Statistik Deskriptif Data Masing-Masing Konstruk.....	75
Tabel 5. 4 Distribusi Frekuensi Variabel product quality	78
Tabel 5. 5 Distribusi Frekuensi Variabel Service Quality	81
Tabel 5. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Brand image.....	84
Tabel 5. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Competitive Advantage	86
Tabel 5. 8 Outer loading Variabel Product Quality	90
Tabel 5. 9 Outer loading Variabel Service Quality.....	91
Tabel 5. 10 Outer loading Variabel competitive advantage.....	92
Tabel 5. 11 Outer loading Variabel Brand image	93
Tabel 5. 12 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	94
Tabel 5. 13 Outer loading Setiap Item dari Indikator	97
Tabel 5. 14 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	99
Tabel 5. 15 Nilai Cross Loading	100
Tabel 5. 16 Hasil Pengujian nilai cronbach's alpha dan composite reliability ...	101
Tabel 5. 17 Nilai R-square	103
Tabel 5. 18 Nilai F-square.....	104
Tabel 5. 19 Hasil Pengujian Hipotesis	106
Tabel 5. 20 Probabilitas Hipotesis Pengaruh X1 terhadap Y.....	107
Tabel 5. 21 Probabilitas Hipotesis Pengaruh X2 terhadap Y.....	109
Tabel 5. 22 Probabilitas Hipotesis Pengaruh X1 terhadap Z.....	110
Tabel 5. 23 Probabilitas Hipotesis Pengaruh X3 terhadap Z.....	111
Tabel 5. 24 Probabilitas Hipotesis Pengaruh Z terhadap Y	113
Tabel 5. 25 Probabilitas Hipotesis Pengaruh X1 terhadap Y Melalui Z.....	114
Tabel 5. 26 Probabilitas Hipotesis Pengaruh X2 terhadap Y Melalui Z.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual	42
Gambar 5. 1 Hasil Pengujian Model Penelitian Menggunakan SmartPLS.....	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Pengembangan Instrumen Penelitian	132
Lampiran 2 Critical Review Jurnal	137
Lampiran 3 Kuisisioner	144
Lampiran 4 Hasil Observasi Awal	150
Lampiran 5 Hasil Uji.....	152