

**PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER*, KUALITAS PRODUK  
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WARDAH  
DI PERUMAHAN PAPANMAS BLOK F 30, BEKASI**

**SKRIPSI**

**Oleh :  
Vita Sani Pasaribu  
201510325228**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2020**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Beauty Influencer*, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Wardah di Perumahan Papanmas Blok F 30, Bekasi

Nama Mahasiswa : Vita Sani Pasaribu

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325228

Program Studi/ Fakultas : Manajemen/ Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi :



Jakarta, 23 januari 2020

Menyetujui,  
Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Soehardi', written over the printed name below.

Drs. Soehardi MBA., Ph.D

NIDN : 0311096604

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Beauty Influencer*, Kualitas Produk,  
dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan  
Wardah di Perumahan Papanmas Blok F 30,  
Bekasi

Nama Mahasiswa : Vita Sani Pasaribu

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325-228

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 3 Februari 2020

Bekasi, 11 Februari 2020

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Drs. Soehardi, Ph.D

NIDN : 0311096604

Penguji I : Neng Siti Komariah, SE., MM

NIDN : 0327128105

Penguji II : Hadita, S.Pd., MM

NIDN : 0329048302

MENGETAHUI

Ketua

Program Studi Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., MM

NIDN : 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih Sastrōdiharjo, CA, CSRA, CMA, CACP

NIDN: 0318107101

## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan kasih karuniaNya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Proposal Skripsi dengan judul **“Pengaruh *beauty influencer*, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan Wardah di Perumahan Papanmas Blok F 30, Bekasi”**.

Dalam penyusunan Skripsi ini, Penulis dengan segala hormat serta kerendahan hati, perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Irjen Pol (Purn). Dr., Drs. H. Bambang Karsono, SH, MH Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA, CSRA, CMA, CACP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak. M. Fadhli Nursal, SE.,MM sebagai Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Hasanuddin. S.I.P., M.AP sebagai Dosen Perwalian Akademik kami di kelas Semester 9 kelas 9-B3 atas support serta dukungannya.
5. Bapak Drs. Soehardi, MBA., PH.D selaku Dosen Pembimbing I
6. Kepada Mama dan Papa yang selalu memberikan semangat, perhatian, motivasi dan juga memberikan kekuatan kepada
7. Icha, Desti dan Novia serta teman-teman lainnya yang telah mendukung saya dalam menyusun skripsi ini

Penulis tentu menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kesalahan serta kekurangan di dalamnya. Demikian, semoga hasil karya ilmiah ini dapat bermanfaat nantinya.

Bekasi, Januari 2020

Vita Sani Pasaribu

## ABSTRAK

**Vita Sani Pasaribu. 201510325228.** Pengaruh *Beauty Influencer*, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Wardah di Perumahan Papanmas Blok F 30, Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Beauty Influencer*, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Wardah di Perumahan Papanmas Blok F 30, Bekasi. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu masyarakat perumahan Papanmas Blok F 30, Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner ke responden yaitu masyarakat Perumahan Papanmas Blok F 30. Data penelitian ini di Uji Hipotesis, hasil dari Uji Hipotesis menunjukkan bahwa 1) Adanya pengaruh positif *Beauty Influencer* secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, 2) Adanya pengaruh positif Kualitas Produk secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, 3) Adanya pengaruh positif Harga secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, 4) Adanya pengaruh positif *Beauty Influencer*, Kualitas Produk dan Harga secara simultan dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci (*sentence case*) : *Beauty Influencer*, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan

## ABSTRACT

**Vita Sani Pasaribu. 201510325228.** *The Impact of Beauty Influencer, Product Quality and Price on Papanmas Block F 30 Bekasi estate's Wardah Customer Satisfaction.*

*The research purpose to determine the impact of Beauty Influencer, Product Quality and Price on Papanmas Block F 30 Bekasi estate's Wardah Customer Satisfaction. The research sample used was Papanmas Block F 30 estate community. The data used in this research are primary data obtained through questionnaires to respondents of Papanmas Block F 30 estate community. The data of the research are in the Hypothesis Test, the results of the Hypothesis Test that 1) There is a positive and partial influence of Beauty Influencer on Customer Satisfaction, 2) There is a positive and partial influence on Product Quality on Customer Satisfaction, 3) The positive influence of Price partially and significantly towards Customer Satisfaction, 4) There is a positive influence of Beauty Influencer, Product Quality and Price simultaneously and significantly to Customer Satisfaction.*

*Sentence case : Beauty Influencer, Product Quality, Price, Customer Satisfaction.*

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan :

Skripsi yang berjudul

Pengaruh *Beauty Influencer*, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Wardah di Perumahan Papanmas Blok F 30, Bekasi

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan Skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyipkan Skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, Januari 2020

Yang membuat pernyataan



Vita Sani Pasaribu

201510325228

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Rumusan Permasalahan.....	5
1.5 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.5.2 Manfaat Teoritis.....	6
1.5.3 Manfaat Praktis.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.1.1 <i>Beauty Influencer</i> .....	8
2.1.1.1 Pengertian <i>Beauty Influencer</i> .....	8
2.1.1.2 Jenis-Jenis <i>Beauty Influencer</i> .....	9
2.1.2 Kualitas Produk.....	11
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	11
2.1.3 Harga.....	13
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	13



2.1.3.2 Peranan Harga.....	14
2.1.3.3 Tujuan Penetapan Harga.....	15
2.1.3.4 Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....	16
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	17
2.1.4.1 Pembahasan Kepuasan Pelanggan.....	17
2.1.4.2 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	18
2.1.4.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	20
2.2 Penelitian Yang Relevan.....	21
2.3 Kerangka Berpikir.....	27
2.4 Hipotesis Penelitian.....	28
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Tempat Dan Waktu penelitian.....	29
3.2 Metode Dan Desain Penelitian.....	29
3.2.1 Metode Penelitian.....	29
3.2.2 Desain Penelitian.....	31
3.3 Populasi Dan Sampel.....	32
3.3.1 Populasi Penelitian.....	32
3.3.2 Sampel Penelitian.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5 Tahapan Penelitian.....	34
3.6 Operasional Variabel.....	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	40
3.7.1 Uji Validitas.....	40
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	42
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.7.3.1 Uji Normalitas.....	43
3.7.3.2 Uji Multikolinieritas.....	43
3.7.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	43
3.7.4 Analisis Regresi Linear sederhana dan berganda.....	44
3.7.5 Pengujian Hipotesis .....	44

3.7.5.1 Uji t.....	44
3.7.5.2 Uji F.....	45
3.7.5.3 Uji Hipotesis.....	45
<b>BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1 Profil Perusahaan.....	47
4.1.1 Sejarah Wardah.....	47
4.1.2 Struktur Organisasi <i>Brand Wardah</i> .....	50
4.2 Hasil Analisis Data.....	50
4.2.1 Gambaran Umum Responden.....	50
4.2.2 Karakteristik Responden.....	51
4.2.3 Uji Validitas.....	51
4.2.4 Uji Reliabilitas.....	53
4.2.5 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.2.5.1 Uji Normalitas.....	53
4.2.5.2 Uji Multikolinearitas.....	55
4.2.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.2.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
4.2.7 Uji t (Uji Parsial).....	58
4.2.8 Uji F (Uji Simultan).....	60
4.2.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
<b>BAB V. PENUTUP.....</b>	<b>63</b>
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Implikasi Manajerial.....	64

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan.....	21
Tabel 3.1 Skala Likert.....	34
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.3 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas.....	55
Tabel 4.5 Uji Heterokedastisitas Glejser.....	56
Tabel 4.6 Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4.7 Hasil Uji t.....	59
Tabel 4.8 Hasil Uji F.....	61



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survey Produk <i>Makeup</i> .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 3.1 Model Desain Penelitian.....	31
Gambar 3.2 Jumlah Penduduk.....	32
Gambar 4.1 Logo PT. Paragon.....	47
Gambar 4.2 Logo Wardah Kosmetik.....	48
Gambar 4.3 Area Produksi.....	48
Gambar 4.4 Struktur Organisasi.....	50
Gambar 4.5 Diagram Karakteristik Responden.....	51
Gambar 4.6 Diagram P-Plot.....	54

