

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,
PERSEPSI HARGA DAN LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
INTERVENING
(Studi Pada Gerai Kosmetik Wardah Di Mega Bekasi *Hypermall*)**

SKRIPSI

Oleh:

Lela Nurlaela

201810325382



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk,
Persepsi Harga Dan Loyalitas Pelanggan Melalui
Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi
Pada Gerai Kosmetik Wardah Di Mega Bekasi
Hypermall)

Nama : Lela Nurlaela

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325382

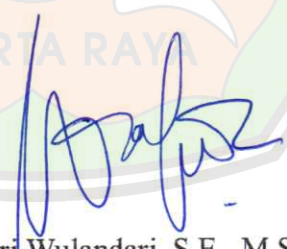
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2022

Jakarta, 20 Juli 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing


Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc

NIDN : 0303017106

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepi Harga Dan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Pada Gerai Kosmetik Wardah Di Mega Bekasi Hypermall)

Nama : Lela Nurlaela

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325382

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2022

Jakarta, 20 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ir. John Edward Harly Jacob FoEh, IPU
NIDN 0017115817

Penguji I : Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN 0329048302

Penguji II : Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc
NIDN 0303017106

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN 0329048302

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Pada Gerai Kosmetik Wardah Di Mega Bekasi *Hypermall*) 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 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 mengijinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

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

Jakarta, 20 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Lela Nurlaela

201810325382

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Intervening (Studi Pada Gerai Kosmetik Wardah Di Mega Bekasi Hypermall). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana objek yang digunakan merupakan masyarakat atau konsumen yang sudah pernah melakukan transaksi di Gerai kosmetik wardah di Mega Mal Bekasi Hypermall. Penelitian ini dilakukan dengan teknik sampel *Accidental sampling*. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 120 responden. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian hipotesis (*hypothesis testing*) dengan menggunakan teknik analisis *structural equation model (SEM)*-SmartPLS versi 3.0.

Berdasarkan hasil penelitian ini menjelaskan bahwa: 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 3) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 4) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan; 5) Kepuasan pelanggan terbukti meintervening kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan; 6) Kepuasan pelanggan terbukti meintervening kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan; 7) Kepuasan pelanggan terbukti meintervening persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan objek penelitian yang hanya dilakukan pada pelanggan produk *lipcream* wardah di Mega Bekasi *Hypermall*. Hal ini dapat menjadi saran untuk peneliti selanjutnya.

Kata Kunci: *Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga*

ABSTRACT

This study aims to measure the influence of Service Quality, Product Quality and Price Perception on Customer Loyalty through Customers as Intervening (Study at Wardah Cosmetic Outlets in Mega Bekasi Hypermall). This research is a quantitative study where the object used is the public or consumers who have made transactions at Wardah cosmetic outlets at Mega Mal Bekasi Hypermall. This research was conducted by using accidental sampling technique. The number of samples used in this study were 120 respondents. The design used in this study is hypothesis testing using the structural equation model (SEM)-SmartPLS version 3.0 analysis technique.

Results Based on this research, it is explained that: 1) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction; 2) Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction; 3) Price perception has a positive and significant effect on customer satisfaction; 4) customer goals have a positive and significant effect on customer loyalty; 5) customer goals are proven to intervening service quality on customer loyalty; 6) proven customer goals intervening product quality on customer loyalty; 7) customer goals are proven to intervene in the perception of customer loyalty.

This research has a limited object of research which is only conducted on customers of wardah lip cream products at Mega Bekasi Hypermall. This can be a suggestion for future researchers.

Keywords: customer loyalty, customer, service quality, product quality and price perception



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Penelitian Skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Pada Gerai Kosmetik Wardah Di Mega Bekasi *Hypermall*)”** dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Semua ini tidak akan berjalan lancar tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan serta doa yang tulus dalam penyusunan laporan ini terutama kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Ibu Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita S.Pd., M.M. selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan pengaruh positif terhadap perkembangan program studi dan mahasiswa khususnya.
4. Bapak Agus Dharmanto, S.E., MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Ibu Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya atas bimbingannya dan arahnya serta ucapan semangat yang selalu diberikan kepada saya sehingga laporan penelitian skripsi ini bisa tersusun dengan baik.
6. Kedua Orang Tua saya tercinta Bapak Eyo Suharya dan Ibu Ucih serta kakak Yuny Nurhayani, S.M dan adik saya Nur Syahla Khoirun Nisa, Niswa Ayu

Safira yang selalu mendoakan, memberikan semangat, motivasi dan dukungan selama proses penyusunan skripsi.

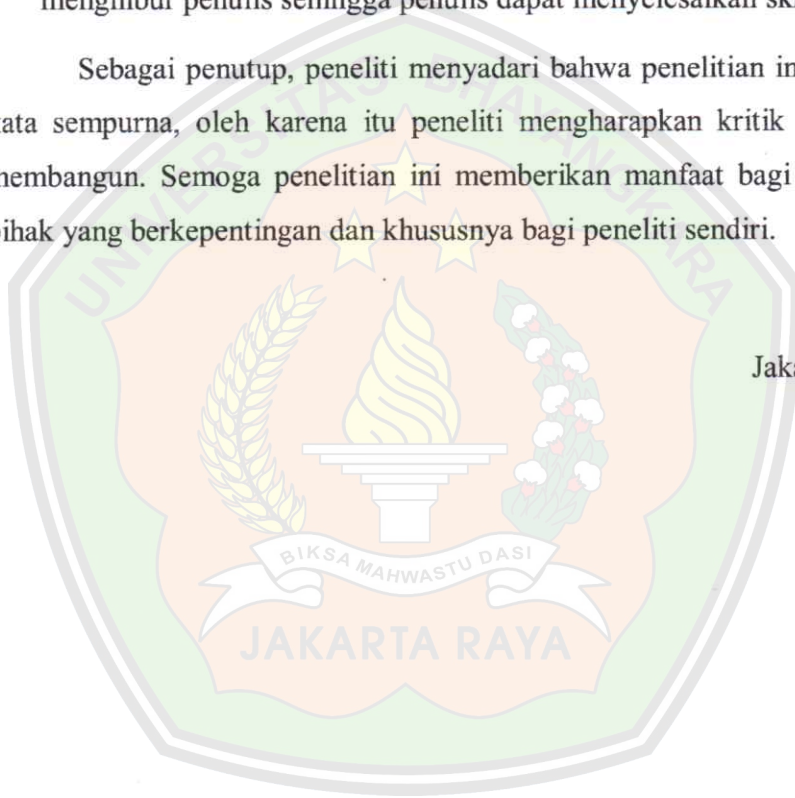
7. Bapak Sudiyoko Partosuharjo, S.E., MM yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama proses penyusunan skripsi.
8. *Support system* penulis Monika Savira, Yofanda Ajeng Haryanto, Siti Zenab Nurhasanah, Sekar Rizky Ramadhanty, Elsa Amalia, Nadya Azzahra, Yuniar Putri Pratiwi, Yayah Fauziah, Laziani Nuraeni, Lulu Mamluatul Hikmah dan Nita Juniani yang telah memberikan motivasi, semangat, dukungan serta menghibur penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

Sebagai penutup, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik serta saran yang membangun. Semoga penelitian ini memberikan manfaat bagi pembaca, semua pihak yang berkepentingan dan khususnya bagi peneliti sendiri.

Jakarta, 20 Juni 2022



Lela Nurlaela



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Loyalitas Pelanggan	8
2.1.1 Indikator Loyalitas Pelanggan	9

2.2	Kepuasan Pelanggan.....	9
2.2.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	9
2.2.2	Faktor–Faktor Kepuasan Pelanggan.....	10
2.2.3	Indikator Kepuasan Pelanggan	11
2.3	Kualitas Pelayanan	12
2.3.1	Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.4	Dimensi Kualitas Pelayanan	13
2.4.1	Indikator Kualitas Pelayanan	13
2.5	Kualitas Produk.....	14
2.5.1	Pengertian Kualitas Produk	14
2.5.2	Faktor–Faktor Kualitas Produk	15
2.5.3	Indikator Kualitas Produk.....	15
2.6	Persepsi Harga	16
2.6.1	Pengertian Persepsi Harga	16
2.6.2	Dimensi Persepsi Harga	16
2.6.3	Indikator Persepsi Harga.....	17
2.7	Penelitian Terdahulu.....	18
2.8	Kerangka Berfikir.....	31
2.9	Hipotesis Penelitian.....	32
2.9.1	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan.....	34
2.9.2	Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan	35
2.9.3	Hubungan Antara Persepsi Harga dengan Kepuasan Pelanggan	35
2.9.4	Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	36

2.9.5 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	36
2.9.6 Hubungan Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	37
2.9.7 Hubungan Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Desain Penelitian.....	39
3.2 Tahapan Penelitian	39
3.2.1 Tahapan Perencanaan Penelitian	39
3.2.2 Tahapan Penulisan Laporan Penelitian	39
3.3 Model Konseptual	39
3.4 Operasional Variabel	41
3.4.1 Variabel Endogen	41
3.4.2 Variabel Eksogen.....	41
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian.....	44
3.6 Metode Pengambilan Sampel	44
3.6.1 Populasi.....	44
3.6.2 Sampel.....	44
3.7 Teknik Pengumpulan Data	45
3.7.1 Kuesioner	46
3.7.2 Observasi.....	46
3.7.3 Wawancara.....	47
3.8 Jenis dan Sumber Data	47

3.8.1	Data primer	47
3.8.2	Data sekunder	47
3.9	Metode Analisis Data	47
3.9.1	Pengujian Instrumen.....	48
3.9.2	Pengujian Outer Model (Model Struktural).....	49
3.9.3	Pengujian Inner Model (Model Struktural)	50
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Gambaran Umum	51
4.1.1	Sejarah Singkat Wardah.....	51
4.1.2	Visi dan Misi.....	52
4.1.3	Lokasi Perusahaan	52
4.1.4	Logo Perusahaan Dan <i>Brand</i> Wardah.....	53
4.2	Deskripsi Data.....	53
4.2.1	Identitas Responden.....	54
4.3	Hasil Analisis Data.....	57
4.3.1	Skema Model <i>Partial Least Square</i>	57
4.3.2	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	57
4.3.3	Pengujian Model Struktural (Inner Model)	65
4.4	Pembahasan	70
BAB V	PENUTUP.....	74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Implikasi Manajerial	75
DAFTAR PUSTAKA.....		76

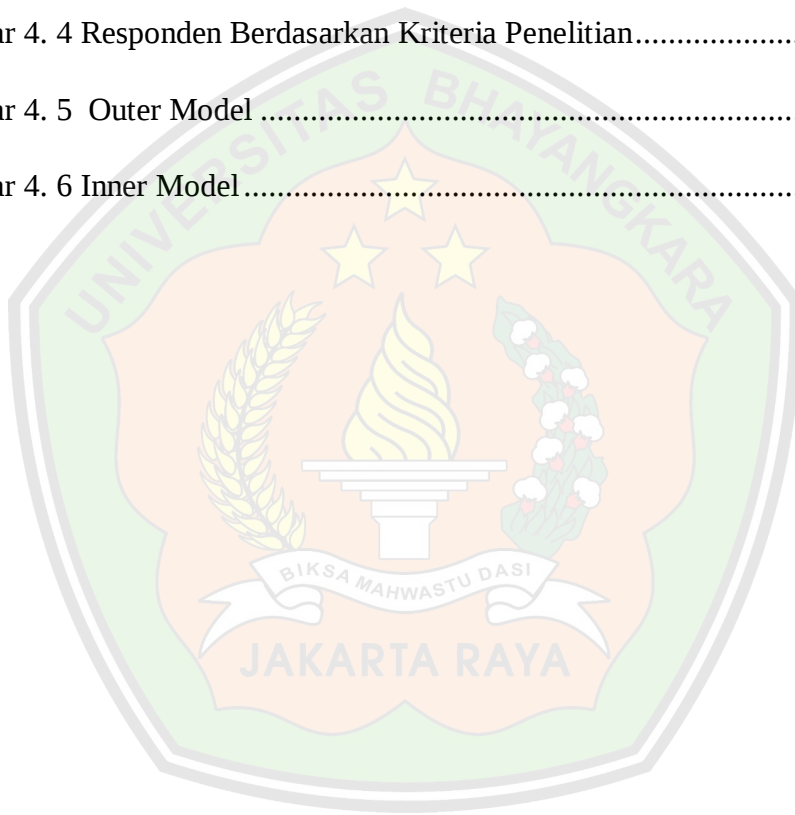


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Harga Lipcream 2022	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	42
Tabel 3. 2 Skor Kuesioner	46
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4. 4 Hasil Outer Model (Loading Factor).....	58
Tabel 4. 5 Hasil Outer Loading Tahap 2.....	60
Tabel 4. 6 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	62
Tabel 4. 7 Hasil Croos Loading.....	62
Tabel 4. 8 Hasil Composite Reliability & Cronbach Alpha.....	64
Tabel 4. 9 Hasil R-Square	66
Tabel 4. 10 Hasil Q-square Predictive Relevance	66
Tabel 4. 11 Hasil Path Coefficient (Koefisien Jalur).....	68
Tabel 4. 12 Hasil Mediasi (Specifc Indirect Effect)	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	32
Gambar 3. 1 Model Konseptual.....	40
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	53
Gambar 4. 2 Logo Brand Wardah.....	53
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Kriteria Penelitian.....	56
Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Kriteria Penelitian.....	57
Gambar 4. 5 Outer Model	58
Gambar 4. 6 Inner Model	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Uji Plagiarisme.....	79
Lampiran 2 – Uji Referensi	82
Lampiran 3 - Kuesioner	88
Lampiran 4 – Uji Validitas dan Reliabilitas.....	97
Lampiran 5 – Hasil Analisis Smartpls 3.0	102
Lampiran 6 - Buku Bimbingan.....	107
Lampiran 7 – Daftar Riwayat Hidup.....	111

