

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, INOVASI PRODUK &
CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PRODUK KECANTIKAN SOMETHINC**

(Studi Kasus pada Toko Dan+Dan Perum Harapan Jaya)

SKRIPSI

OLEH :

KANIZAH

202110325165



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi
Produk & Customer Experience terhadap
Kepuasan Pelanggan pada Produk
Kecantikan Somethinc (Studi Kasus Pada
Toko Dan+Dan Perum Harapan Jaya)

Nama Mahasiswa : Kanizah

Nomor Pokok : 202110325165

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 03 Februari 2025

Jakarta, 11 Februari 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dra. Rini Wijayaningsih, M.M

NIDN. 0328056302

Dr. Milda Handayani, SE, M.M

NIDN. 0330087504

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi
Produk & Customer Experience Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada Produk
Kecantikan Somethinc (Studi Kasus Pada
Toko Dan+Dan Perum Harapan Jaya)

Nama Mahasiswa : Kanizah

Nomor Pokok : 202110325165

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 03 Februari 2025

Jakarta, 11 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, SE, M.M
NIDN. 0325057908

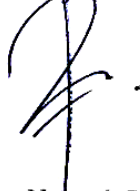
Sekretaris Tim Penguji : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo,
ST., M.M
NIDN. 0329017202

Penguji : Dra. Rini Wijayaningsih, M.M
NIDN. 0328056302

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M

NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kanizah
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325165
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 26 Oktober 2003
Alamat : Jl. Albahar Kaliabang Bungur Rt001/Rw001 Kel. Harapan Jaya
Kec. Bekasi Utara 17124

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk & Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Kecantikan Somethinc (Studi Kasus Pada Toko Dan+Dan Perum Harapan Jaya). Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk 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 menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 11 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Kanizah

202110325165

ABSTRAK

Kanizah, 202110325165. Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk & *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Kecantikan Somethinc (Studi Kasus Pada Toko Dan+Dan Perum Harapan Jaya).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk & *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Kecantikan Somethinc (Studi Kasus Pada Toko Dan+Dan Perum Harapan Jaya). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer melalui kuesioner yang disebar secara langsung kepada masing-masing pelanggan Toko Dan+Dan Perum Harapan Jaya. Jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 105 dengan kriteria yang pernah membeli & memiliki pengalaman pada produk kecantikan Somethinc di Toko Dan+Dan Perum Harapan Jaya. Berdasarkan hasil uji statistik, membuktikan bahwa Diferensiasi Produk mempunyai nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis H1 dapat dikatakan diterima yang menunjukkan bahwa Diferensiasi Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Inovasi Produk mempunyai nilai sig 0,004 lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis H2 dapat dikatakan diterima yang menunjukkan bahwa Inovasi Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Kemudian, *Customer Experience* mempunyai nilai sig 0,006 lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis H3 dapat dikatakan diterima menunjukkan bahwa *Customer Experience* berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan. Untuk pengujian secara simultan Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, & *Customer Experience* mempunyai nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis H4 dapat dikatakan diterima menunjukkan ketiga variabel tersebut berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : Diferensiasi Produk, Inovasi produk, *Customer Experience*, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Kanizah, 202110325165. *The Influence of Product Differentiation, Product Innovation & Customer Experience on Customer Satisfaction of Somethinc Beauty Products (Case Study at Dan+Dan Store, Perum Harapan Jaya)*

This study aims to determine the influence of Product Differentiation, Product Innovation, and Customer Experience on Customer Satisfaction of Somethinc beauty products (Case Study at Dan+Dan Store, Perum Harapan Jaya). This research is a quantitative study using primary data collected through questionnaires distributed directly to customers of Dan+Dan Store, Perum Harapan Jaya. A total of 105 questionnaires were distributed to respondents who had purchased and experienced Somethinc beauty products at the store. Based on the statistical test results, Product Differentiation has a significance value of 0.000, which is smaller than 0.05, meaning hypothesis H1 is accepted, indicating that Product Differentiation influences Customer Satisfaction. Product Innovation has a significance value of 0.004, which is smaller than 0.05, meaning hypothesis H2 is accepted, indicating that Product Innovation influences Customer Satisfaction. Similarly, Customer Experience has a significance value of 0.006, which is smaller than 0.05, meaning hypothesis H3 is accepted, indicating that Customer Experience influences Customer Satisfaction. The simultaneous test results show that Product Differentiation, Product Innovation, and Customer Experience have a significance value of 0.000, which is smaller than 0.05, meaning hypothesis H4 is accepted, indicating that these three variables simultaneously influence Customer Satisfaction.

Keywords : *Product Differentiation, Product Innovation, Customer Experience, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

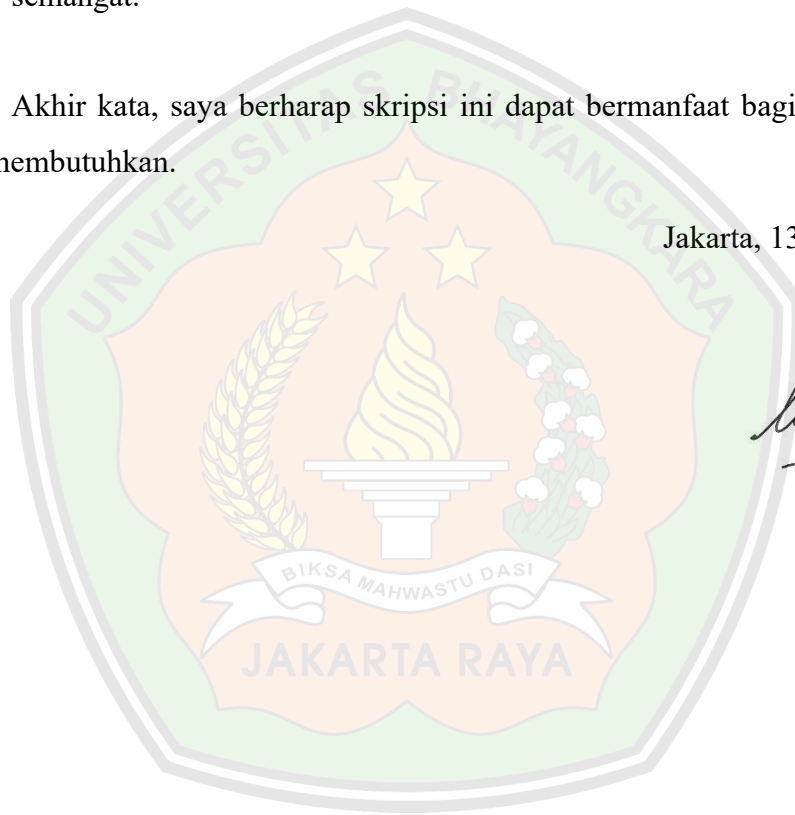
Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Kecantikan Somethinc (Studi Kasus Pada Toko Dan+Dan Perum Harapan Jaya)"**. Adapun syarat dan tujuan penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Studi Jenjang Strata (S1) jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. untuk mengikuti sidang skripsi & memperoleh sarjana di fakultas ekonomi & bisnis. Penulis menyatakan bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa kerja sama, dukungan dari banyak pihak. Penulis ingin menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
2. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D, D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Dovina Navanti., S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Bapak Adi Wibowo Noor Fikri, S.Kom., MBA. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan dukungannya.
6. Ibu Dra. Rini Wijayaningsih M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah banyak memberikan arahan, motivasi dan bimbingan selama penyusunan skripsi.
7. Ibu Milda Handayani, SE, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah memberikan bimbingan, saran dan waktu nya selama proses penyusunan skripsi.

8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
9. Kedua orang tua saya yaitu Bapak Rohmat Hidayat dan Ibu Siti Masyitoh, beserta keluarga yang selalu mendoakan & memberikan dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan Manajemen 2021, sahabat, dan rekan sekelas yang selalu kompak serta memberi dukungan, motivasi, saran, dan semangat.

Akhir kata, saya berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang yang membutuhkan.

Jakarta, 13 Januari 2025



Kanizah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Batasan Masalah.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	12
2.1. Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.1 Teori Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.2 Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan.....	14
2.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	14
2.2 Diferensiasi Produk	15
2.2.1 Teori Diferensiasi Produk	15
2.2.2 Faktor Diferensiasi Produk	17
2.2.3 Indikator Diferensiasi Produk	18
2.3 Inovasi Produk.....	18
2.3.1 Teori Inovasi Produk.....	18
2.3.2 Faktor Inovasi Produk.....	20
2.3.3 Indikator Inovasi Produk.....	20

2.4 <i>Customer Experience</i>	21
2.4.1 Teori <i>Customer Experience</i>	21
2.4.2 Faktor <i>Customer Experience</i>	23
2.4.3 Indikator <i>Customer Experience</i>	23
2.5 Kerangka Konseptual	26
2.6 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Desain Penelitian	32
3.2 Lokasi & Waktu Penelitian	32
3.3 Populasi & Sampel Penelitian	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel	33
3.4 Operasionalisasi Variabel	34
3.5 Rancangan Pengumpulan Data & Instrumen Penelitian	37
3.5.1 Rancangan Pengumpulan Data	37
3.5.2 Instrumen Penelitian	38
1. Observasi	38
2. Angket/Kuesioner	38
3.6 Jenis & Sumber Data	40
3.7 Metode Analisis Data	40
3.7.1 Uji Validitas	40
3.7.2 Uji Reliabilitas	41
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	41
1. Uji Normalitas	41
2. Uji Multikolineritas	42
3. Uji Heteroskedastisitas	42
3.7.4 Uji Korelasi	43
3.7.5 Uji Regresi Linier Berganda	43
3.7.6 Koefisien Determinasi	44
3.7.7 Uji Hipotesis	45
1. Uji Signifikan Parsial (Uji T)	45
2. Uji F (Simultan)	45
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46

4.1.1 Profil Perusahaan Somethinc.....	46
4.1.2 Visi & Misi Perusahaan.....	47
4.1.3 Deskripsi Data Penelitian	48
4.1.4 Identitas Responden.....	49
4.2 Analisis Deskriptif.....	49
4.3 Pengujian Instrumen Data	50
4.3.1 Uji Validitas	50
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	53
1. Uji Normalitas.....	53
2. Uji Heteroskedastisitas.....	54
3. Uji Multikolinearitas	54
4.3.4 Uji Korelasi	55
4.3.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	56
4.3.6 Koefisien Determinasi	58
4.3.7 Uji T.....	58
4.3.8 Uji F (Simultan).....	59
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
4.4.1 Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.	60
4.4.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	60
4.4.3 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	61
4.4.4 Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	61
BAB V PENUTUP	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra-survei Peneliti Pada Toko Dan+Dan Perum Har-Ja.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	36
Tabel 3. 2 Skala Likert	39
Tabel 3. 3 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan	43
Tabel 4. 1 Deskripsi Penyebaran Kuesioner	48
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4. 4 Uji Validitas Diferensiasi Produk (X_1)	50
Tabel 4. 5 Uji Validitas Inovasi Produk (X_2).....	51
Tabel 4. 6 Uji Validitas Customer Experience (X_3)	51
Tabel 4. 7 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	52
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4. 9 Uji Normalitas	53
Tabel 4. 10 Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 4. 11 Uji Multikolineritas	55
Tabel 4. 12 Uji Korelasi	55
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel 4. 14 Koefisien Determinasi.....	58
Tabel 4. 15 Uji T	58
Tabel 4. 16 Uji F.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4. 1 Logo Somethinc	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Plagiarisme	71
Lampiran 2 : Uji Referensi.....	72
Lampiran 3 : Angket Penelitian Kuesioner	78
Lampiran 4 : Tabulasi Data	82
Lampiran 5 : Hasil Uji Spss	93
Lampiran 6 : Tabel R.....	102
Lampiran 7 : Tabel T	103
Lampiran 8 : Tabel F	104
Lampiran 9 : Buku Bimbingan.....	105
Lampiran 10 : Biodata Diri	108

