

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK KOSMETIK
SOMETHINC MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
INTERVENING
(Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**

SKRIPSI

OLEH :

MERRY LOUIS OTTAY

202110325200



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kosmetik Somethinc Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Merry Louis Ottay
Nomor Pokok Mahasiswa : 2021103255200
Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 7 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENYETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Dewi Sri Woelandari P.G. SE. M.Sc

NIDN. 0303017106


Ferawaty Puspitorini, S. S., M.Pd

NIDN. 0306028501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kosmetik Somethinc Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Merry Louis Ottay

Nomor Pokok : 202110325200

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 7 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025
MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Agus Dharmanto, SE, MM
NIDN: 0305087310

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Milda Handayani, SE, MM
NIDN: 0330087504

Penguji : Dr. Dewi Sri Woelandari P.G. SE. M.Sc
NIDN: 0303017106

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Dovina Nayanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Yayan Hendayana, SE., M.M.
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Merry Louis Ottay

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325200

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 26 Mei 2002

Alamat : Perumahan Bumi Angrek Blok RS No R.102 Tambun
Utara, Kab. Bekasi.

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kosmetik Somethinc Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)” Skripsi ini adalah 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, 14 Februari 2025
Yang Membuat Pernyataan,

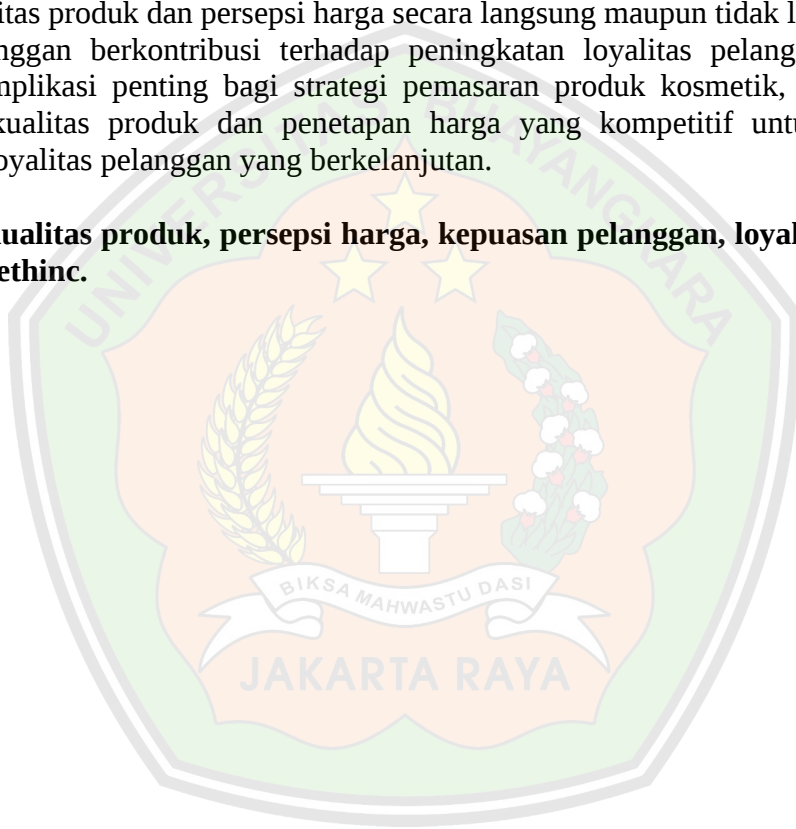


Merry Louis Ottay
202110325200

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada produk kosmetik Somethinc. Studi ini dilakukan terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan Partial Least Square (PLS). Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada 185 responden, yang ditentukan menggunakan teknik accidental sampling. Variabel penelitian meliputi kualitas produk (X1), persepsi harga (X2), kepuasan pelanggan (Z), dan loyalitas pelanggan (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan persepsi harga secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, kualitas produk dan persepsi harga secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan pelanggan berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas pelanggan. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi strategi pemasaran produk kosmetik, terutama dalam memperbaiki kualitas produk dan penetapan harga yang kompetitif untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan.

Kata kunci: Kualitas produk, persepsi harga, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, kosmetik Somethinc.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality and price perception on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable in the context of Somethinc cosmetic products. The study was conducted among students of the Faculty of Economics and Business at Bhayangkara University Jakarta Raya. The research employs a quantitative method with a Partial Least Square (PLS) approach. Primary data were collected through questionnaires distributed to 185 respondents, determined using the accidental sampling technique. The research variables include product quality (X1), price perception (X2), customer satisfaction (Z), and customer loyalty (Y). The results indicate that product quality and price perception significantly affect customer satisfaction. Customer satisfaction also has a significant influence on customer loyalty. Moreover, product quality and price perception, both directly and indirectly through customer satisfaction, contribute to enhancing customer loyalty. These findings have important implications for marketing strategies in cosmetic products, particularly in improving product quality and setting competitive prices to achieve sustainable customer satisfaction and loyalty.

Keywords: Product quality, price perception, customer satisfaction, customer loyalty, Somethinc cosmetics.



KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis haturkan kepada ALLAH SWT atas limpahan rahmat dan karunia-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Fasilitas Kantor, Motivasi Kerja Dan Komunikasi Internal Terhadap Kinerja Pegawai Kantor Desa Karang Asih”. Proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan meraih gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Irjen Pol. (*Purn*) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, Ph.D., D.Crim (*HC*)
Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, SE., MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Dian Sudiantini, S.Pd., M.Pd Selaku Dosen Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Dr. Dewi Sri Woelandari P.G. SE. M.Sc Selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah dengan tulus meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
6. Ferawaty Puspitorini, S. S., M.Pd Selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah dengan tulus meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini. Penulisan Skripsi ini tidak luput dari kekurangan dan keterbatasan dalam penyajiannya, sehingga penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar lebih baik di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat menambah wawasan serta memberikan manfaat bagi berbagai pihak.
8. Kepada Keluarga tercinta terutama Ibu Saripah, Ibu Indriani, dan Ibu Fenny Istiarni yang selalu mendoakan dan memberikan kasih sayang dan dukungan penuh sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Cinka Amalia Putri, Sabrina Setyakinasti dan Selvia Annisa Permatasari yang telah memberikan *support* kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada Intan Haliza, Rebeca Gracia Cecilia, dan Vebbyanti Magdalena Silalahi yang telah memberikan *support* kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, 03 Februari 2025

Merry Louis Ottay

202110325200

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	9
1.3 Tujuan penelitian	10
1.4 Manfaat penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
1.5 Sistematika penulisan.....	12
BAB II	13
TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1 Telaah Teoritis	13
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	13
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.....	14
2.2 Indikator Loyalitas Pelanggan	14
2.2.1 Kepuasan Pelanggan	15
2.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2.3 Indikator Kepuasan Pelanggan	17
2.3 Kualitas Produk.....	18

2.3.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	19
2.3.2 Indikator Kualitas Produk.....	20
2.4 Persepsi Harga	21
2.4.1 Dimensi Persepsi Harga	21
2.4.2 Indikator Persepsi Harga.....	23
2.5 Penelitian terdahulu	24
2.6 Kerangka berpikir	31
2.7 Hipotesis Penelitian.....	32
2.8 Perumusan Hipotesis.....	34
2.8.1 Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas pelanggan.....	34
2.8.2 Hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan	35
2.8.3 Hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Loyalitas Pelanggan	36
2.8.4 Hubungan Antara Persepsi Harga Dengan Kepuasan Pelanggan	36
2.8.5 Hubungan Persepsi Harga Dengan Loyalitas Pelanggan.....	37
2.8.6 Hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	38
2.8.7 Hubungan Antara Persepsi Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	38
BAB III.....	40
METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Desain Penelitian.....	40
3.2 Populasi Dan Sampel	40
3.2.1. Populasi	40
3.2.2 Sampel	40
3.3 Jenis Data	42
3.3.1 Data Primer	42
3.3.2 Data Sekunder.....	42
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	42
3.4.1 Variabel endogen.....	42

3.4.2 Variabel Eksogen	42
3.5 Skala Pengukuran Kuesioner	44
3.6 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	45
3.6.1 Pengujian Instrumen	45
3.6.2 Pengujian Outer Model (Model Sektuktural)	46
3.6.3 Pengujian Inner Model (Model Struktural).....	47
BAB IV	48
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umum.....	48
4.1.1 Sejarah Singkat Somethinc	48
4.1.2 Visi dan Misi Somethinc	49
4.1.3 Logo Brand Somethinc.....	50
4.2 Deskripsi Data.....	50
4.2.1 Identitas Responden.....	51
4.3 Hasil Analisis Data	53
4.3.1 Skema Model Partial Least Square.....	53
4.3.2 Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	53
4.3.3 Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	58
4.4 Pembahasan.....	65
BAB V.....	70
PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Implikasi Manajerial	71
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	81
Lampiran 1.1 Uji Plagiarisme	82
Lampiran 1.2 Surat Uji Referensi	84
Lampiran 1.3 Lembar Kuesioner	90
Lampiran 1.4 Data Tabulasi Responden	92
Lampiran 1.5 Buku Bimbingan.....	108
Lampiran 1.6 Output SMART PLS 4.0	111
Lampiran 1.7 Data Riwayat Hidup	112



DAFTAR TABEL

tabel 1. 1 Perbandingan Harga Cushion dan Skintint 2024	7
Tabel 2. 1 penelitian terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	44
Tabel 3. 2 Skor Kuesioner	45
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	51
Tabel 4. 3 Nilai Outer Loadings	54
Tabel 4. 4 cross loading.....	55
Tabel 4. 5 Average Variance Extracted (AVE)	56
Tabel 4. 6 Hasil Composite Reliability & Cronbach Alpha	57
Tabel 4. 7 Hasil R-Square	58
Tabel 4. 9 Hasil Path Coefficient	59
Tabel 4. 10 Hasil Mediasi (Specific Indirect Effects).....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Brand Ambassador Somethinc	2
Gambar 1. 2 keluhan konsumen pada E-commerce Shopee	5
Gambar 1. 3 keluhan konsumen pada E-commerce Shopee	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 4. 1 Logo Somethinc	50
Gambar 4. 2 responden berdasarkan kriteria penelitian pengguna produk kosmetik Somethinc	52
Gambar 4. 3 Outer Model	53
Gambar 4. 4 Hasil Inner Model.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Uji Plagiarisme.....	82
Lampiran 1.2 Surat Uji Referensi	84
Lampiran 1.3 Lembar Kuesioner	90
Lampiran 1.4 Data Tabulasi Responden.....	92
Lampiran 1.5 Buku Bimbingan.....	108
Lampiran 1.6 Output SMART PLS 4.0	111
Lampiran 1.7 Data Riwayat Hidup.....	112

