

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS AGEN *B ERL COSMETICS* MELALUI KEPUASAN AGEN

TALITHA SYAKIRA FAWWAZI



PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Agen *B Erl Cosmetics* Melalui Kepuasan Agen” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Talitha Syakira Fawwazi

K1401221059



ABSTRAK

TALITHA SYAKIRA FAWWAZI. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Agen *B Erl Cosmetics* Melalui Kepuasan Agen. Dibimbing oleh ASADUDDIN ABDULLAH.

B Erl Cosmetics merupakan salah satu *brand* kosmetik lokal yang memperluas pasarnya melalui agen dan mampu mempertahankan 60% agen di tengah persaingan industri yang cukup kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, insentif, dan pelatihan terhadap loyalitas agen *B Erl Cosmetics* melalui kepuasan agen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *purposive sampling* terhadap 145 responden yang dikumpulkan dalam rentang waktu April–Juli 2026. Analisis data menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas agen, insentif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan agen, insentif dan pelatihan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas agen, pelatihan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan agen, serta kepuasan mampu memediasi harga dan insentif terhadap loyalitas agen, namun tidak pada pelatihan. Implikasi manajerial dalam penelitian ini menekankan untuk berfokus untuk memprioritaskan kepuasan agen.

Kata kunci: harga, insentif, kepuasan agen, loyalitas agen, pelatihan

ABSTRACT

TALITHA SYAKIRA FAWWAZI. Analysis of Factors Influencing *B Erl Cosmetics* Agent Loyalty Through Agent Satisfaction. Supervised by ASADUDDIN ABDULLAH

B Erl Cosmetics is a local cosmetic *brand* that expands its market through agents and is able to retain 60% of its agents amidst a fairly competitive industry. This study aims to analyze the effect of price, incentives, and training on *B Erl Cosmetics* agent loyalty through agent satisfaction. This study uses a quantitative approach with a *purposive sampling* method on 145 respondents collected between April–July 2026. Data analysis uses SEM-PLS. The results show that price has a significant effect on agent satisfaction and loyalty, incentives have a significant effect on agent satisfaction, incentives and training have no significant effect on agent loyalty, training has no significant effect on agent satisfaction, and satisfaction is able to mediate price and incentives on agent loyalty, but not on training. Managerial implications in this study emphasize focusing on prioritizing agent satisfaction.

Keywords: agent loyalty, agent satisfaction, incentives, price, training



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS AGEN *B ERL COSMETICS* MELALUI KEPUASAN AGEN

TALITHA SYAKIRA FAWWAZI

Skripsi

sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana pada

Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Muchamad Bachtiar, S.T.P., M.M.
- 2 Maulana Agung Wibowo, S.E., M.B.A.



Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Agen *B Erl Cosmetics* Melalui Kepuasan Agen

Nama : Talitha Syakira Fawwazi
NIM : K1401221059

Disetujui oleh

Pembimbing :
Dr. Asaduddin Abdullah, B.Sc., M.Sc.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP 197711262008122001

Tanggal Ujian:
(1 Juli 2026)

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2026 sampai bulan Juli 2026 ini dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Agen *B Erl Cosmetics* Melalui Kepuasan Agen”.

Proses penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari tantangan dan hambatan. Namun, atas bimbingan, arahan, motivasi, dan doa dari berbagai pihak, seluruh tantangan tersebut dapat dilalui. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada

1. Bapak Dr. Asaduddin Abdullah, B.Sc., M.Sc. selaku dosen pembimbing dan dosen penggerak sejak tahun pertama perkuliahan yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk selalu membimbing, memberi arahan, serta memotivasi penulis selama masa perkuliahan dan proses penulisan skripsi.
2. Seluruh dosen Sekolah Bisnis IPB, civitas akademik, dan staf operasional Sekolah Bisnis IPB yang telah memberikan pengajaran yang terbaik selama masa perkuliahan dan memberikan motivasi kepada penulis.
3. Kedua orangtua tercinta, Mama dan Papa yang selalu mendoakan, membimbing, serta mendukung secara moral maupun materi terutama di masa penulisan skripsi penulis
4. Saudara tersayang, Hani, Alta, dan Haura yang selalu mendoakan, menyemangati, dan mendukung.
5. Keluarga besar penulis yang selalu mendukung dan mendoakan penulis sampai proses penyelesaian skripsi
6. Sahabat-sahabat penulis di masa perkuliahan, Trisha, Sa'adah, Syifa (Cipung), Dewi, Layla, Mila, Syifa Nurhaliza, yang selalu memberikan semangat dan membantu dengan memberi masukan selama penelitian.
7. Bunda Erly sebagai *owner* dari B Erl Cosmetics dan Tante Kiki sebagai distributor B Erl Cosmetics yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini dengan meyakinkan para responden.
8. Seluruh responden dalam penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner serta mendoakan penulis.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Talitha Syakira Fawwazi



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	3
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Manajemen Pemasaran	5
2.2 Prinsipal Agen	5
2.3 Harga	6
2.4 Insentif	6
2.5 Pelatihan	7
2.6 Kepuasan	8
2.7 Loyalitas	8
2.8 Kerangka Pemikiran	9
2.9 Hipotesis	10
III METODE	13
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	13
3.2 Jenis dan Sumber Data	13
3.3 Teknik Pengumpulan Data	13
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	14
3.5 Definisi Operasional Variabel	15
3.6 Metode Pengolahan dan Analisis Data	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Karakteristik Responden	20
4.2 Analisis Deskriptif Persepsi Responden Berdasarkan Demografi	22
4.3 Analisis Data SEM-PLS	26
4.4 Pembahasan Hipotesis	33
4.5 Implikasi Manajerial	37
V SIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Simpulan	40
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	44
RIWAYAT HIDUP	51



DAFTAR TABEL

1	Jenis dan sumber data	13
2	Skala <i>likert</i>	14
3	Definisi operasional	15
4	Karakteristik Responden	20
5	Tingkat persepsi agen berdasarkan usia	23
6	Tingkat persepsi agen berdasarkan masa bergabung	23
7	Tingkat persepsi agen berdasarkan jenis kelamin	24
8	Tingkat persepsi agen berdasarkan domisili	24
9	Tingkat persepsi agen berdasarkan pekerjaan	25
10	Tingkat persepsi agen berdasarkan alasan bergabung	25
11	Tingkat persepsi agen berdasarkan pengeluaran pembelian produk	26
12	Nilai AVE	29
13	Nilai <i>cross loading</i>	30
14	Nilai <i>cronbach's alpha dan composite reliability</i>	31
15	Nilai R-Square	31
16	Nilai <i>path coefficient</i>	32
17	Nilai <i>specific indirect effects</i>	33
18	Implikasi manajerial	38

DAFTAR GAMBAR

1	Peningkatan pendapatan industri kosmetik di Indonesia	1
2	Kerangka pemikiran	9
3	Model penelitian	12
4	Nilai <i>loading factor</i> tahap 1	27
5	Nilai <i>loading factor</i> tahap 2	28

DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran kuesioner	45
2	Uji validitas dan reliabilitas terhadap 30 responden	50



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.