

PENGARUH LOYALITAS PELANGGAN DAN PARTISIPASI BOIKOT TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK L'ORÉAL

INEZ YOCINDRA



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- 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



- 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 “Pengaruh Loyalitas Pelanggan dan Partisipasi Boikot terhadap Minat Beli Ulang Produk L’Oréal” 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, September 2024

Inez Yocindra
H2401201112

- 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

INEZ YOCINDRA. Pengaruh Loyalitas Pelanggan dan Partisipasi Boikot terhadap Minat Beli Ulang Produk L'Oréal. Dibimbing oleh ALIM SETIAWAN SLAMET dan INDRA REFIPAL SEMBIRING.

Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting dalam mempertahankan minat beli ulang, namun isu sosial seperti konflik Israel-Palestina yang menyebabkan munculnya aksi boikot dapat memengaruhi hubungan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh loyalitas pelanggan terhadap minat beli ulang, serta partisipasi boikot sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan L'Oréal di Indonesia dengan menggunakan metode *Structural Equation Modelling - Partial Least Square* (SEM-PLS) dan melibatkan 314 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang, sementara partisipasi boikot berperan sebagai variabel mediasi yang memperlemah hubungan ini dan mereduksi efek positif loyalitas terhadap minat beli. Jika pelanggan yang loyal terlibat dalam boikot, maka minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang menurun secara signifikan.

Kata kunci: loyalitas konsumen, minat beli ulang, partisipasi boikot, perusahaan kecantikan

ABSTRACT

INEZ YOCINDRA. The Influence of Customer Loyalty and Boycott Participation on Repurchase Intention of L'Oréal Products. Supervised by ALIM SETIAWAN SLAMET and INDRA REFIPAL SEMBIRING.

Customer loyalty is one of important factors in maintaining repurchase intention. However, social issues such as the Israel-Palestine conflict, which led to boycott actions, could affect this relationship. This study aimed to analyze the influence of customer loyalty on repurchase intention, as well as the role of boycott participation as a mediating variable. The research was conducted on L'Oréal customers in Indonesia using the *Structural Equation Modelling - Partial Least Square* (SEM-PLS) method and involved 314 respondents. The results showed that customer loyalty had a significant positive effect on repurchase intention, while boycott participation served as a mediating variable that weakened this relationship. When loyal customers participated in the boycott, their intention to repurchase significantly decreased. In this study, boycott participation acted as a mediating variable that reduced the positive effect of customer loyalty on repurchase intention.

Keywords: beauty industry, boycott participation, consumer loyalty, repurchase intention

- 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 2024
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.

PENGARUH LOYALITAS PELANGGAN DAN PARTISIPASI BOIKOT TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK L'ORÉAL

INEZ YOCINDRA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Manajemen

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@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 Dra. Siti Rahmawati, M.Pd.



Judul Skripsi : Pengaruh Loyalitas Pelanggan dan Partisipasi Boikot terhadap
Minat Beli Ulang Produk L'Oréal

Nama : Inez Yocindra
NIM : H2401201112

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Alim Setiawan Slamet, S.T.P., M.Si.

Pembimbing 2:

Dr. Indra Refipal Sembiring, S.E., M.M.

Diketahui oleh

Ketua Departemen

Dr. Eko Ruddy Cahyadi S.Hut., M.M

NIP 197812132006041001

Tanggal Ujian:

12 September 2024

Tanggal Lulus:

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.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2024 sampai bulan Juli 2024 ini ialah Manajemen Pemasaran, dengan judul “Pengaruh Loyalitas Pelanggan dan Partisipasi Boikot terhadap Minat Beli Ulang Produk L’Oréal”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Bapak Dr. Alim Setiawan Slamet, S.T.P., M.Si. serta Bapak Dr. Indra Refipal Sembiring, S.E., M.M. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan terbesar penulis sampaikan kepada kedua orang tua penulis yaitu ayahanda Yohanes Sunardiyana dan ibunda Indrawati Widyastuti karena telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya yang tak terhingga kepada penulis. Ungkapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada sahabat-sahabat terdekat penulis, yakni Defi, Hega, Moreno, Fahrur, Bares dan Nando serta teman seperbimbingan penulis, yakni Hana, Zahra dan Najmah yang telah memberikan dukungan, semangat dan bantuan selama proses penyusunan skripsi. Tanpa dukungan kalian, penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

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

Bogor, September 2024

Inez Yocindra

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan 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.

Perpustakaan 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.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	ii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Loyalitas Pelanggan	6
2.2 Minat Beli Ulang	7
2.3 Partisipasi Boikot	8
2.4 Penelitian Terdahulu	9
2.5 Hipotesis Penelitian	11
III METODE	12
3.1 Kerangka Pemikiran	12
3.2 Waktu dan Tempat	13
3.3 Jenis dan Sumber Data	13
3.4 Metode Penarikan Sampel	13
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	14
3.6 Deskripsi Operasional Variabel	15
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	16
4.1 Karakteristik Pelanggan	16
4.2 Perilaku Pembelian Pelanggan	17
4.3 Uji Validitas	18
4.4 Uji Reliabilitas	19
4.5 Hasil Analisis Deskriptif	19
4.6 Hasil Analisis SEM-PLS	21
4.7 Hasil Pengujian Hipotesis	24
4.8 Implikasi Manajerial	25
V SIMPULAN DAN SARAN	27
5.1 Simpulan	27
5.2 Saran	27
DAFTAR PUSTAKA	29
RIWAYAT HIDUP	33



DAFTAR TABEL

1	Penelitian terdahulu	9
2	Skala Likert	14
3	Deskripsi operasional variabel	15
4	Karakteristik pelanggan	16
5	Perilaku pembelian pelanggan	17
6	Hasil uji validitas	18
7	Hasil uji reliabilitas	19
8	Analisis deskriptif variabel loyalitas pelanggan	19
9	Analisis deskriptif variabel minat beli ulang	20
10	Analisis deskriptif variabel partisipasi boikot	20
11	Hasil nilai AVE, nilai <i>composite reliability</i> dan nilai <i>cronbach's alpha</i>	22
12	Hasil nilai <i>crossloading</i>	22
13	Hasil nilai <i>R-square</i>	23
14	Hasil nilai <i>path-coefficient</i>	24

DAFTAR GAMBAR

1	Proyeksi peningkatan pendapatan produk perawatan diri dan kecantikan di Indonesia dalam miliar dolar AS	1
2	Pendapatan perusahaan kecantikan dan kosmetika terbesar secara global pada tahun 2023	2
3	Faktor pendorong aksi boikot terhadap produk dari perusahaan yang dianggap pro Israel	3
4	Model penelitian	11
5	Kerangka pemikiran	12
6	Hasil analisis evaluasi <i>outer model</i>	21
7	Hasil analisis <i>bootstrapping</i>	23
8	Output implikasi manajerial dengan model AISAS	26