



PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN MASKER *PEEL-OFF* PUTIH LANGSAT SARIAYU

DWILA KARTIKA



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
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

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 Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Masker *Peel-Off* Putih Langsung Sariayu” 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

Dwila Kartika
K1401201106



ABSTRAK

DWILA KARTIKA. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Masker *Peel-Off* Putih Langsung Sariayu. Dibimbing oleh HARTOYO dan AGUSTINA WIDI PALUPININGRUM.

Sariayu merupakan salah satu merek kosmetik asli buatan lokal Indonesia dan menjadi salah satu merek unggulan dari Martha Tilaar Group. Berdasarkan hasil ulasan di Female Daily ditemukan banyak review negatif dari penggunaannya dan hanya sebagian pengguna yang merekomendasikan produk ini. Tujuan penelitian ini adalah melakukan analisis pengaruh dimensi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen masker *peel-off* putih langsung Sariayu. Survey disebarakan secara *offline* kepada 100 orang menggunakan *convenience sampling*. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan *path analysis*, ditemukan bahwa yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen hanya dimensi *performance*, *conformance*, dan *reliability*. Kemudian, yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen adalah *perceived quality* dan kepuasan konsumen. Lebih lanjut, seluruh dimensi kualitas produk tidak memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Implikasi manajerial untuk Sariayu adalah perlu dilakukan evaluasi dan peningkatan dengan fokus pada dimensi *performance*, *conformance*, *reliability*, dan kepuasan konsumen.

Kata kunci: kepuasan konsumen, kualitas produk, loyalitas konsumen

ABSTRACT

DWILA KARTIKA. The Effect of Product Quality on Consumer Satisfaction and Consumer Loyalty Peel-Off Mask Putih Langsung Sariayu. Supervised by HARTOYO and AGUSTINA WIDI PALUPININGRUM.

Sariayu is one of the original cosmetic brands made in Indonesia and one of the flagship brands of Martha Tilaar Group. Based on reviews in Female Daily, there are many negative reviews from its users and only some users recommend this product. The purpose of this research is to analyze the effect of product quality dimensions on consumer satisfaction and consumer loyalty of Sariayu white peel-off masks. The survey was distributed offline to 100 people using convenience sampling. Based on the results of the study using path analysis, it was found that the only positive and significant effects on customer satisfaction were the dimensions of performance, conformance, and reliability. Then, what has a positive and significant effect on consumer loyalty is perceived quality and customer satisfaction. Furthermore, all dimensions of product quality do not have a significant indirect influence on consumer loyalty through consumer satisfaction. The managerial implication for Sariayu is that it is necessary to evaluate and improve with a focus on the dimensions of performance, conformance, reliability, and customer satisfaction.

Keywords: customer loyalty, customer satisfaction, product quality



© 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.

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.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN MASKER *PEEL-
OFF* PUTIH LANGSAT SARIAYU**

DWILA KARTIKA

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

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@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 Anita Primaswari Widhiani, S.P., M.Si.
- 2 Ir. Retnaningsih, M.Si.



Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Masker *Peel-Off* Putih Langsung Sariayu

Nama : Dwila Kartika
NIM : K1401201106

@Hak cipta milik IPB University

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Hartoyo, M.Sc.
196307141987031002

Pembimbing 2:
Agustina Widi, S.E., M.M.
201811198408052001

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

Disetujui oleh



Diketahui oleh



Tanggal Ujian:
(23 Agustus 2024)

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga peneliti berhasil menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini memiliki judul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Masker *Peel-Off* Putih Langsung Sariayu”.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang selalu mendukung penulis. Terima kasih penulis ucapkan sebesar-besarnya kepada para pihak berikut:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hartoyo, M.Sc. dan Ibu Agustina Widi Palupiningrum, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak bimbingan terkait saran dan masukan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Ir. Rr. Heny Kuswanti Suwarsinah, M.Ec., selaku dosen seminar, Ibu Anita Primaswari Widhiani, S.P., M.Si. dan Ibu Ir. Retnaningsih, M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.
3. Dosen dan tenaga pendidik Sekolah Bisnis IPB yang telah memberikan banyak pembelajaran selama proses perkuliahan sebelumnya.
4. Orang tua peneliti Bapak Hendrik dan Ibu Siti Hajar, beserta adik-adik peneliti, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan bantuan positif baik secara moril maupun materil untuk keberhasilan penelitian skripsi ini.
5. Pihak Sariayu yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian terutama Ibu Lina selaku Group Brand Manager Sariayu, yang telah membantu peneliti dalam memberikan informasi, data, serta pengalaman yang berharga selama proses penelitian dan pengambilan data.
6. Teman-teman kosan Siska, Alya, Ismi, Nafa, Farah, Cindhe, Shafa, Abin, Ampy, Thania, dan Elai yang telah memberikan semangat serta kebersamaan penulis selama masa perkuliahan.
7. Teman-teman magang penulis saat di Martha Tilaar Nina dan Gandes yang selalu memberikan kasih sayang dan dukungan yang tiada hentinya.
8. Teman-teman penulis sejak dari semester awal hingga akhir Arsyah dan Raya yang selalu saling membantu, memberikan semangat dan dukungan, dan sudah mau berjuang bersama hingga semester akhir.
9. Teman-teman SMA penulis Tika, Cilla, Naufal, Fadhil, Icha yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan penelitian ini.
10. Teman-teman Sekolah Bisnis angkatan 57 yang telah kebersamaan peneliti selama 4 tahun masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dari pembaca. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, September 2024

Dwila Kartika



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	8
1.4 Manfaat	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	9
II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 <i>Marketing</i> (Pemasaran)	10
2.2 <i>Product</i> (Produk)	10
2.3 <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk)	11
2.4 Kepuasan Konsumen	12
2.5 <i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Konsumen)	13
2.6 Hubungan Antar Variabel	14
2.7 <i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur)	16
2.8 Penelitian Terdahulu	16
2.9 Kerangka Pemikiran	21
2.10 Hipotesis Penelitian	22
III METODE	25
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	25
3.2 Teknik Penentuan Responden	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data	26
3.4 Jenis dan Sumber Data	27
3.5 Deskripsi Variabel	27
3.6 Teknik Analisis Data	30
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Karakteristik Demografi Responden	37
4.2 Deskripsi Indikator Variabel	39
4.3 Pengaruh Dimensi Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	43
4.4 Pengaruh Dimensi Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	45
4.5 Pengaruh Dimensi Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen	49
4.6 Implikasi Manajerial	51
V SIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Simpulan	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	58

RIWAYAT HIDUP

@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 :

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