

**“FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS  
PELANGGAN KOSMETIK WARDAH”**

**(Studi Pada Konsumen Wardah Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur)**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**PUNGKI KUMALA SARI**

**18042010142**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS  
PELANGGAN KOSMETIK WARDAH"  
(Studi Pada Konsumen Wardah Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur)**


**Disusun Oleh:**

**PUNGKI KUMALA SARI**  
**NPM. 18042010142**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING**

  
**Ir. Lisa Sulistyawati, M.M**  
**NIP. 195802231987032001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

  
**Dr. Drs. F.C. Gendut Sukarno, MS, CHRA**  
**NIP. 195907011987031001**



**LEMBAR PENGESAHAN**  
**"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS**  
**PELANGGAN KOSMETIK WARDAH"**  
**(Studi Pada Konsumen Wardah Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur)**

**Disusun Oleh :**

**PUNGKI KUMALA SARI**  
**NPM. 18042010142**

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi**  
**Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**  
**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**  
**Pada Tanggal 25 Februari 2022**

**Menyetujui,**

**Pembimbing**



**Ir. Lisa Sulistyawati, M.M**  
**NIP. 195802231987032001**

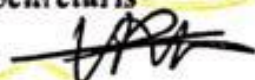
**Tim Penguji**

**1. Ketua**



**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
**NIP. 196009241993032001**

**2. Sekretaris**



**Dr. Nurhadi, M.Si**  
**NIP. 196902011994031001**

**3. Anggota**



**Ir. Lisa Sulistyawati, M.M**  
**NIP. 195802231987032001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA**  
**NIP. 195907011987031001**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah” (Studi Pada Konsumen Wardah Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur).**

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Ir. Lisa Sulistyawati, M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini. Dan penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis, baik dukungan moril, materil, maupun spiritual. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Ec Gendut Sukarno, MS CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa

Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

4. Orang tua, kakak, dan keluarga yang selalu memberikan do'a, motivasi, dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini.
5. Teman – teman dekat saya yang tidak henti memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman seperbimbingan yang memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
7. Teman-teman seperjuangan Administrasi Bisnis 2018

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat di harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya, Februari 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
ABSTRAK .....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori .....	14
2.2.1 Pemasaran .....	14

2.2.1.1	Pengertian Pemasaran.....	14
2.2.1.2	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
2.2.1.3	Konsep Pemasaran .....	16
2.2.1.4	Strategi Pemasaran .....	17
2.2.2	Loyalitas Pelanggan .....	18
2.2.2.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	18
2.2.2.2	Faktor–Faktor Loyalitas Pelanggan.....	19
2.2.2.3	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	21
2.2.2.4	Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	22
2.2.3	Citra Merek .....	23
2.2.3.1	Pengertian Citra Merek .....	23
2.2.3.2	Faktor–Faktor Citra Merek.....	24
2.2.3.3	Indikator Citra Merek.....	25
2.2.3.4	Manfaat Citra Merek .....	27
2.2.4	Kualitas Produk.....	29
2.2.4.1	Pengertian Produk .....	29
2.2.4.2	Klasifikasi Produk .....	30
2.2.4.3	Indikator Kualitas Produk .....	32
2.2.5	Kepuasan Pelanggan .....	35
2.2.5.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	35

2.2.5.2	Faktor – Faktor Kepuasan Pelanggan.....	36
2.2.5.3	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	37
2.2.5.4	Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	38
2.2.5.5	Dampak Kepuasan Pelanggan.....	41
2.3.	Kerangka Berpikir.....	42
2.4.	Hipotesis.....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>46</b>
3.1.	Jenis Penelitian.....	46
3.2.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	46
3.3.	Populasi, Sampel, Teknik Penarikan Sampel.....	53
3.3.1.	Populasi.....	53
3.3.2.	Sampel.....	54
3.3.3.	Teknik Penarikan Sampel.....	55
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.4.1	Jenis Data.....	56
3.4.2	Sumber Data.....	56
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.5.	Teknik Analisis Data.....	57
3.5.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
3.5.1.1	Uji Validitas.....	58



3.5.1.2	Uji Reliabilitas.....	59
3.5.1.3	Uji Asumsi Klasik .....	60
3.6.	Uji Hipotesis.....	64
3.6.1	Uji Simultan (Uji F) .....	64
3.6.2	Uji Parsial (Uji T).....	66
3.7.	Jadwal Penelitian .....	71
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>72</b>
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian dan Penyajian Data .....	72
4.1.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	72
4.1.1.1.	Sejarah Perusahaan .....	72
4.1.1.2.	Struktur Organisasi .....	73
4.1.1.3.	Sumber Daya Manusia (SDM) .....	74
4.1.1.4.	Visi dan Misi Perusahaan .....	77
4.1.2.	Penyajian Data .....	78
4.1.2.1.	Deskripsi Karakteristik Responden .....	78
4.1.2.2.	Deskripsi Data Dari Jawaban Responden.....	82
4.2	Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	92
4.2.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	92
4.2.1.1.	Uji Validitas.....	92
4.2.1.2.	Uji Reliabilitas .....	94

4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	95
4.2.2.1	Uji Normalitas .....	95
4.2.2.2	Uji Multikolinearitas .....	96
4.2.2.3	Uji Heteroskedasitas .....	97
4.2.2.4	Uji Autokorelasi .....	99
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	100
4.2.4	Uji Hipotesis .....	102
4.2.4.1	Uji Simultan (F).....	102
4.2.4.2	Uji Parsial (T).....	104
4.3	Pembahasan .....	110
4.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	110
4.3.2	Pengaruh Secara Simultan.....	114
4.3.3	Pengaruh Secara Parsial .....	115
4.3.4	Matrik Hasil Penelitian .....	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		126
5.1	Kesimpulan.....	126
5.2	Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA.....		129
LAMPIRAN.....		132

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Total Pencarian Produk Di Google.....	5
Gambar 1.2 Data Penjualan Kosmetik Melalui E-Commerce 2020 .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	44
Gambar 3.1 Kurva Uji Simultan (Uji F) .....	66
Gambar 3.2 Kurva Uji Parsial (Uji T).....	70
Gambar 4.1 Logo Wardah.....	72
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Wardah .....	73
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedasitas .....	98
Gambar 4.4 Kurva Uji F.....	104
Gambar 4.5 Kurva Uji T Variabel Citra Merek (X1).....	106
Gambar 4.6 Kurva Uji T Variabel Kualitas Produk (X2) .....	108
Gambar 4.7 Kurva Uji T Variabel Kepuasan Pelanggan (X3).....	109

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Kosmetik Tahun 2021 .....	7
Tabel 3.7 Jadwal Penelitian .....	70
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	79
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan .....	80
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	81
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Citra Merek (X1).....	83
Table 4.6 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2) .....	85
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (X3).....	87
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	90
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas .....	93
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	94
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....	96
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	97
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi .....	99
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda .....	100



Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (F) .....	102
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (T) .....	105
Tabel 4.17 Matriks Hasil Penelitian.....	122

## ABSTRAK

**PUNGKI KUMALA SARI, 18042010142, FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN KOSMETIK WARDAH  
(STUDI PADA KONSUMEN WARDAH MAHASISWA UPN “VETERAN”  
JAWA TIMUR)**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan kosmetik wardah. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur dengan kriteria Laki/Perempuan dan angkatan 2018, 2019, 2020. Sampel yang diperlukan sebesar 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang dikumpulkan atau diperoleh langsung dari objek peneliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Dengan demikian hasil penelitian ini yakni secara simultan dan parsial citra merek, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan kosmetik wardah.

**Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan**

## **ABSTRACT**

**PUNGKI KUMALA SARI, 18042010142, FACTORS INFLUENCING CUSTOMER LOYALTY FOR WARDAH COSMETICS (STUDY ON WARDAH CONSUMERS STUDENTS OF UPN “VETERAN” EAST JAVA)**

This study aims to understand and determine the factors that influence customer loyalty to wardah cosmetics. The population used in this study were UPN "Veteran" East Java students, with criteria consisting of male or female and the 2018–2020 class. The sample required 100 respondents. The sampling technique used in this research is non-probability sampling. The type of data used in this study is primary data, namely data collected or obtained directly from the research object. The data collection technique used in this study was a questionnaire. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. Thus, the results of this study, namely, simultaneously and partially brand image, product quality, and customer satisfaction, have a significant effect on customer loyalty for Wardah cosmetics.

**Keywords : Brand Image, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.**