

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN CLARICE
BEAUTY SURABAYA)**

SKRIPSI



Oleh:

Wenny Eka Putry
NPM. 22042010283

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2026**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN CLARICE BEAUTY
SURABAYA)**

SKRIPSI



Oleh:

Wenny Eka Putri
NPM: 22042010283

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN CLARICE
BEAUTY SURABAYA)**

Disusun Oleh:

WENNY EKA PUTRY

NPM: 22042010283

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui

Pembimbing Utama


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PRODUK, DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN CLARICE BEAUTY
SURABAYA)**

Disusun Oleh:

Wenny Eka Putri
NPM: 22042010283

**Telah dipertahankan, dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
28 Agustus 2026**

Menyetujui
Pembimbing Utama


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

Tim Penguji
1. Ketua


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A
NIPPPK. 197712042025211022
2. Sekretaris


Budi Prabowo, S.Sos., MM
NIP. 196210161988031001
3. Anggota


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wenny Eka Putry
NPM : 22042010283
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi~~* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang atau lembaga lain, kecuali daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Disertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 28 Agustus 2026
Yang membuat pernyataan




Wenny Eka Putry
NPM. 22042010283

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke haadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Clarice Beauty Surabaya) dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis, pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si selaku pembimbing utama dalam penulisan skripsi ini. Dalam Proses Penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan dukungan, baik secara moral maupun material. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultass Ilmu Soisial Budaya dan Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A. Selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ulmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan tanpa henti. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dan selalu percaya kepada penulis dalam setiap langkah yang penulis jalani. Semoga kedua orang tua selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan.
5. Pendamping hidup yang bernama Serda M Irza Prasetya Nurfarid yang selalu memberikan dukungan, semangat, perhatian, dan motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita dan selalu menemani di setiap proses. Kehadiran dan dukungannya sangat berarti bagi penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pembaca, khususnya bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian di bidang yang sejenis.

Surabaya, Juli 2026

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 penelitian terdahulu	16
2.2 Landasan teori	23
2.2.1. Pemasaran	23
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran	23
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran	25
2.2.1.3 Tujuan Pemasaran	26
2.2.2 Kualitas Layanan.....	27
2.2.2.1 Pengertian Kualitas Layanan	27
2.2.2.2 Manfaat Kualitas Layanan	28
2.2.2.3 Indikator Kualitas Layanan.....	29
2.2.3 Kualitas Produk.....	30
2.2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	30
2.2.3.2 Manfaat Kualitas Produk	31
2.2.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	32
2.2.4 Harga.....	34
2.2.4.1 Pengertian Harga	34

2.2.4.2 Peran Harga	34
2.2.4.3 Tujuan Penetapan Harga	35
2.2.4.4 Indikator Harga.....	36
2.2.5 Loyalitas Pelanggan	37
2.2.5.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	37
2.2.5.2 Tipe Loyalitas Pelanggan.....	37
2.2.5.3 Indikator Loyalitas Pelanggan	38
2.2.6 Kepuasan Pelanggan	39
2.2.6.1 Pengertian Kepuasan.....	39
2.2.6.2 Cara mengukur Kepuasan Pelanggan	39
2.2.6.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	41
2.2.6.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	42
2.3 Hubungan Antara Variabel	43
2.3.1 Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	43
2.3.2 Hubungan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	44
2.3.3 Hubungan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	44
2.3.4 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	45
2.3.5 Hubungan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	45
2.3.6 Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	46
2.3.7 Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	46
2.4 Kerangka Berpikir	47
2.5 Hipotesis.....	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1 Jenis Penelitian	51

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	51
3.2.1 Definisi Operasional.....	51
3.2.1.1 Kualitas Layanan (X1).....	51
3.2.1.2 Produk (X2)	52
3.2.1.3 Harga (X3)	53
3.2.1.4 Kepuasan Pelanggan (Z).....	54
3.2.1.5 Loyalitas Pelanggan (Y)	55
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	56
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	60
3.3.1 Populasi	60
3.3.2 Sampel.....	61
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	62
3.4 Teknik Pengumpulan Data	64
3.5 Teknik Analisi Data	64
3.5.1 Uji Instrumen	65
3.5.1.1 Uji Validitas.....	65
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	66
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	67
3.5.2.1 Uji Normalitas	67
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas.....	67
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	68
3.5.3 Analisis Jalur (Path Analysis).....	69
3.5.4 Uji Hipotesis.....	69
3.6 Jadwal Penelitian.....	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Hasil	71
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	71

4.1.1.1 Sejarah Klinik Clarice Beauty	71
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	74
4.1.1.3 Logo Perusahaan.....	74
4.1.2 Deskriptif Hasil Penelitian	75
4.1.2.1 Deskriptif Hasil Responden.....	75
4.1.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	77
4.2 Analisis Data (Outer Model)	85
4.2.1 Uji Validitas	87
4.2.1.1 Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity).....	87
4.2.1.2 Uji Validitas Diskriminan	89
4.2.2 Uji Reabilitas.....	92
4.2.3 Analisis Model Struktural (Inner Model)	94
4.2.3.1 Nilai R-Square (R^2).....	95
4.2.3.2 Nilai F-Square (f^2)	96
4.2.3.3 Nilai Q-Square (Q^2)	97
4.2.3.4 Model Fit	98
4.2.4 Uji Hipotesis.....	98
4.3 Pembahasan	100
4.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan (X1)	
terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	105
4.3.2 Pengaruh Produk (X2)	
terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	107
4.3.4 Pengaruh Harga (X3)	
terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	109
4.3.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Z)	
terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	110

4.3.6 Pengaruh Kualitas Layanan (X1)	
terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	111
4.3.7 Pengaruh Produk (X2)	
terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	112
4.3.8 Pengaruh Harga (X3)	
terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	113
4.3.9 Pengaruh Tidak Langsung (Intervening).....	115
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	118
5.1 Kesimpulan.....	118
5.2 Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skincare Clarice Beauty	9
Gambar 1.2 Soft Peel Clarice Beauty	9
Gambar 1.3 Masker Clarice Beauty	9
Gambar 2.4 Kerangka Berpikir	48
Gambar 4.1 Logo Clarice Beauty	73
Gambar 4.2 Analisis Data.....	86
Gambar 4.2.3 Analisis Model Struktural (Inner Model).....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top rank TBI.....	10
Tabel 2.1 Matrix Hasil Penelitian	21
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel	57
Tabel 4.1.2.1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4.1.2.1 Klasifikasi Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 4.1.2.1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Pekerjaan	77
Tabel 4.1.2.2 Deskriptif Variabel Kualitas Layanan (X1)	78
Tabel 4.1.2.3 Deskriptif Variabel Produk (X2).....	80
Tabel 4.1.2.3 Deskriptif Variabel Harga (X3).....	81
Tabel 4.1.2.3 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)	83
Tabel 4.1.2.3 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	84
Tabel 4.2.1.1 Convergent Validity Outer Loading.....	87
Tabel 4.2.1.1 Convergent Validity Average Variance Extracted	88
Tabel 4.2.1.2 Discriminant Validity Heterotrait-Monotrait Ratio.....	89
Tabel 4.2.1.2 Discriminant Validity Fornel Larcker Criterion.....	90
Tabel 4.2.1.2 Discriminant Validity Cross Loading.....	90
Tabel 4.2.2 Reliabilitas Cronbach Alpha dan Composite Reliability	92
Tabel 4.2.2 Variance Inflation Factor	93
Tabel 4.2.3.1 Nilai R-Square	95
Tabel 4.2.3.2 Nilai F-Square.....	96
Tabel 4.2.3.3 Nilai Q-Square	97
Tabel 4.2.3.4 Model Fit	98
Tabel 4.2.4 Path Coefficient Hipotesis	98
Tabel 4.3 Matrix Hasil Penelitian	100

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, produk, dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Clarice Beauty Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan Clarice Beauty Surabaya dan dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS untuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, produk, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas layanan, produk, dan harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan serta berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara kualitas layanan, produk, dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Harga merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien sebesar 0,459, sedangkan produk memiliki pengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan dengan koefisien sebesar 0,327. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan, kualitas produk, kesesuaian harga, dan kepuasan pelanggan dapat menjadi faktor penting dalam mempertahankan serta meningkatkan loyalitas pelanggan Clarice Beauty Surabaya.

Kata kunci: kualitas layanan, produk, harga, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality, product, and price on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable among Clarice Beauty Surabaya customers. This study employed a quantitative approach with an associative research design. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who were Clarice Beauty Surabaya customers and selected using purposive sampling. The data were analyzed using the Partial Least Square (PLS) method with the assistance of SmartPLS to examine the direct and indirect effects among the variables. The results showed that service quality, product, and price had a positive and significant effect on customer satisfaction. Furthermore, service quality, product, and price also had a positive and significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction was proven to have a positive and significant effect on customer loyalty and to act as an intervening variable in the relationship between service quality, product, price, and customer loyalty. Price had the most dominant influence on customer satisfaction, with a coefficient of 0.459, while product had the strongest influence on customer loyalty, with a coefficient of 0.327. These findings indicate that improving service quality, product quality, price suitability, and customer satisfaction can be important factors in maintaining and increasing customer loyalty at Clarice Beauty Surabaya.

Keywords: *service quality, product, price, customer satisfaction, customer loyalty.*