

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Pada Pelanggan Kosmetik Make Over Malang)**

SKRIPSI



Oleh:

NUR BELLA MARZIANA

201910160311131

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2023

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Pada Pelanggan Kosmetik Make Over Malang)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Ekonomi

Oleh:

NUR BELLA MARZIANA

201910160311131

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2023

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Make Over Kosmetik Malang)**

Oleh :


Nur Bella Marziana
201910160311131

Diterima dan disetujui
pada tanggal 28 Oktober 2023

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Marsudi, M.M.


Widhiyo Sudiyono, S.T., M.A.B.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Nurul Asfiah, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Make Over Kosmetik Malang)**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Nur Bella Marziana
NIM : 201910160311131
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 28 Oktober 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Dr. M. Jihadi, M.Si.
Penguji II : Drs. Noor Azis, M.M.
Penguji III : Widhiyo Sudiyono, S.T., M.AB.
Penguji IV : Dr. Marsudi, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

1.

2.

3.

4.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Nur Bella Marziana

NIM : 201910160311131

Program Studi : Manajemen

E-mail : Nurbellamarziana@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dana tau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, Oktober 2023

Yang Membuat Pernyataan



Nur Bella Marziana

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Pada Pelanggan Kosmetik Make Over Malang)**

Nur Bella Marziana¹, Marsudi², Widhiyo Sudiyono³
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Malang
Jalan Tlogomas No. 246 Malang
Email : nurbellamarziana@gmail.com

Abstrak, penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan tentang kualitas produk, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai mediasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan kosmetik Make Over Malang dengan jumlah sampel sebanyak 140 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan masuk dalam kriteria loyal, kualitas produk masuk dalam kriteria sangat baik dan kepuasan pelanggan masuk dalam kriteria puas. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan terbukti sebagai variabel mediasi hubungan antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan*

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY
MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION
(Study of Malang Make Over Cosmetics Customers)**

Nur Bella Marziana¹, Marsudi², Widhiyo Sudiyo³

*Management Departement Faculty of Economics and Business
University of Muhammadiyah Malang
Tlogomas street No. 246 Malang
Email : nurbellamarziana@gmail.com*

ABSTRACT

This research aims to describe product quality, customer loyalty and customer satisfaction, product quality influences customer loyalty, product quality influences customer satisfaction, customer satisfaction influences customer loyalty and product quality influences loyalty through satisfaction as mediation. The population used in this research was Make Over Malang cosmetics customers with a sample size of 140 respondents. The analytical method used in this research is path analysis. Based on the results of the research and discussions that have been carried out, it can be concluded that customer loyalty is included in the loyal criteria, product quality is included in the very good criteria and customer satisfaction is included in the satisfied criteria. Product quality has a positive and significant effect on customer loyalty, product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty and customer satisfaction is proven to be a mediating variable in the relationship between product quality and customer loyalty.

Keywords: Product Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Puji syukur yang teramat dalam saya haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas kasih, hidayat, dan taufiq-Nya, sehingga Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kosmetik Make Over Malang)” ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan. Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

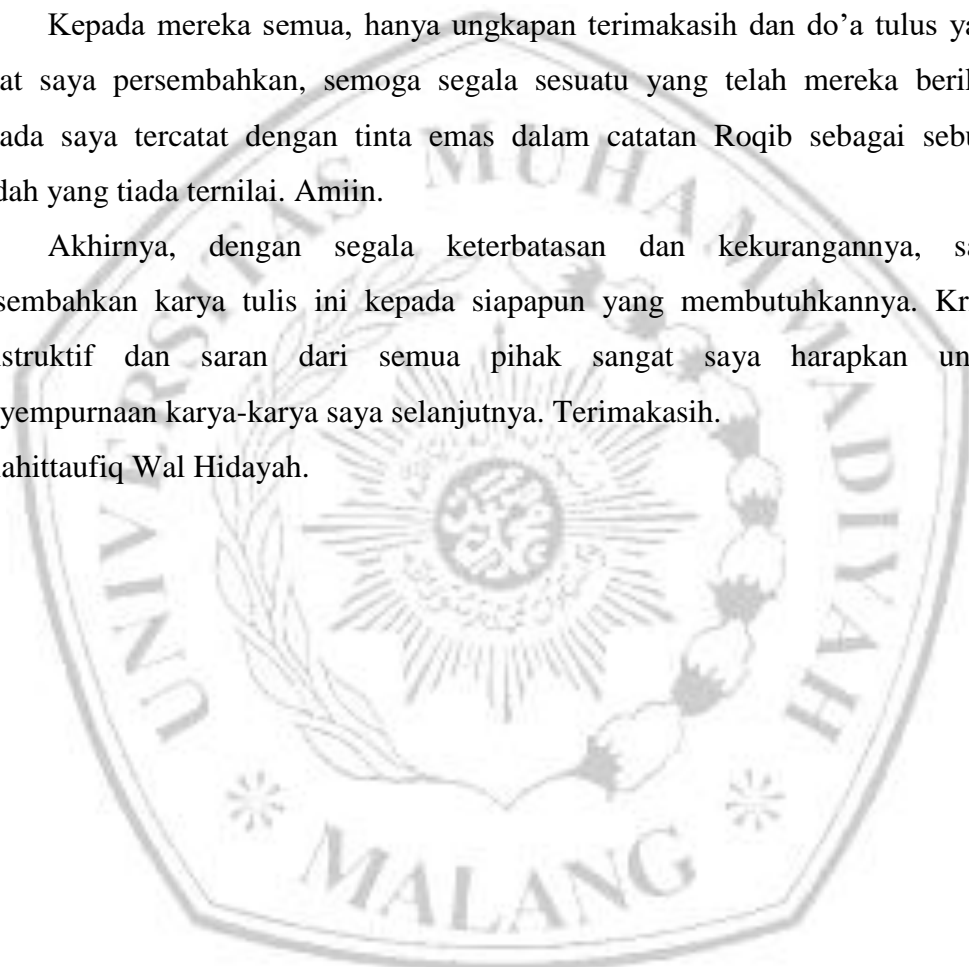
1. Prof.Dr. Fauzan M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Dr. Hj, Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang selalu memberikan motivasi kepada mahasiswa FEB UMM.
3. Dr. Nurul Asfiah,M.M. , selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan pengarahan beserta petunjuk kepada mahasiswa Manajemen UMM.
4. Dr. Aniek Rumijati,M.M., selaku dosen wali manajemen C 2019 yang telah memberikan pengarahan dan memotivasi.
5. Dr. Marsudi, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan motivasi, bimbingan dan masukan dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
6. Widhiyo Sudiyono,S.T.,M.BA., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan motivasi, bimbingan dan masukan dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua, saudara kandung saya yang tidak hentinya memberikan semangat, kasih sayang, perhatian, motivasi dan do’a hingga saya berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Terimakasih juga kepada teman dekat dan semua pihak yang tidak dapat ditulis satu persatu yang telah berpartisipasi membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

9. EXO dan karyanya dapat menjadi hiburan dan pelarian penat perkuliahan sampai tahap penyelesaian skripsi.
10. kepada Sehun EXO idola saya yang menjadi penyemangat dalam pengerjaan skripsi.
11. Keluarga Ibu Kos di Malang yang selalu menolong dan seperti keluarga di pulau perantauan.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala sesuatu yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Amiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih.

Billahittaufiq Wal Hidayah.



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRAC.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
1. Manfaat Teoritis.....	7
2. Manfaat Praktis	8
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori.....	9
1. Loyalitas Pelanggan.....	9
2. Kualitas Produk.....	14
3. Kepuasan Pelanggan	17
B. Penelitian Terdahulu.....	20
C. Kerangka Pikir.....	23
D. Hipotesis	24
BAB III. METODE PENELITIAN.....	26
A. Lokasi Penelitian	26
B. Jenis Penelitian	26
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	27
D. Definisi Operasional.....	28
E. Jenis dan Sumber Data	30
F. Teknik Pengumpulan Data	31
G. Teknik Pengukuran Data	31

H. Teknik Penguji Instrumen	32
1. Uji Validitas.....	32
2. Uji Reliabilitas.....	32
I. Teknik Analisis Data	34
1. Uji Asumsi Klasik	35
2. Path Analysis	37
3. Uji Hipotesis.....	38
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Gambaran Karakteristik Responden.....	40
B. Deskripsi Jawaban Responden	41
C. Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas).....	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas.....	47
D. Uji Asumsi Klasik	47
1. Uji Normalitas	47
2. Uji Multikolinieritas	48
3. Uji Heteroskedastisitas	49
E. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	50
F. Hasil Uji Hipotesis	52
G. Pembahasan	56
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional	29
Tabel 3.2 Teknik Pengukuran Data.....	32
Tabel 3.3 Penilaian Variabel Berdasarkan Rentang Skala.....	34
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3 Rentang Skala.....	41
Tabel 4.4 Rentang Skala Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	42
Tabel 4.5 Rentang skala variabel Kualitas Produk (X).....	43
Tabel 4.6 Rentang skala variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas 1 <i>Tolerance</i> dan VIF	49
Tabel 4.11 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	51
Tabel 4.12 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	51
Tabel 4.13 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Mediasi	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Make Over	3
Gambar 1.2 Logo perusahaan PT Paragon Technology and Innovation dan logo Make Over.	4
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	23
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50
Gambar 4.2 Hasil Analisis Antar Jalur	54
Gambar 4.3 Hasil Uji Sobel.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner Penelitian	69
2. Data Penelitian	71
3. Hasil Distribusi Jawaban Responden	73
4. Hasil Uji Validitas.....	77
5. Hasil Uji Reliabilitas	81
6. Hasil Analisis Jalur	85
7. Make Over.....	100



DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2008). *Manajemen Pemasaran Dan Marketing*. Bandung: Alfabeta.
- Endraswara, S. (2011). *Metode Pembelajaran Drama: Apresiasi, Ekspresi Dan Pengkajian*. Yogyakarta: CAPS.
- Gaffar, V. (2007). *Customer Relationship Management And Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Goetsch, D. L., & Davis, S. M. (1994). *Introduction To Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness*. Englewood Cliffs: Prentice Hall International.
- Griffin, J. (2003). *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan. Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Handoko, H. T. (2004). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.1 No.1, Hal.121-131
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Jayanti, E., Samsir, & Musfar, T. F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Kecantikan Merek Make Over Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa*. Vol.1 No.1, Hal1-15
- Kotler, P. (2004). *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing 14th Edition*. USA: Prentice Hall Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Marconi, J. (2002). *Beyond Branding*. Malaysia: Prentice Hall.

- Nyonyie, R. A., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah Di Transmart Bahu Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.9 No.3, Hal 18-24
- Prawirosentono, S. (2002). *Pengantar Bisnis Modern : Studi Kasus Indonesia Dan Analisis Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Putri, R. Y., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Dimediasi Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Persaudaraan Art Glass. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Rajab, A., & Nora, L. (2021). Peran Kepuasan Konsumen Dalam Menentukan Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*. Vol.9 No.7, Hal.1-14
- Robinette, S. (2001). *Emotion Marketing*. Jakarta: Mcgrow-Hill.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*. Vol.16 No.1, Hal.127-146
- Tehuayo, E. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Perawatan Kecantikan terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Natasha Skin Care Klinik Ambon). *Soso-Q Jurnal Manajemen*. Vol.8 No.2, Hal.27-32
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ulfah, D. N., Rukismono, M., & Tan, E. R. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Kosmetik Wardah Di Kecamatan Kenjeran Surabaya. *Seminar Nasional Ilmu Terapan*. Vol.5 No.2, Hal.1-9
- Widayatma, C. P., & Lestari, S. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal). *Jurnal Ilmah Serat Acitya*. Vol.5 No.1, Hal.7-14

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Kosmetik Make Over Malang)

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints.umm.ac.id

Internet Source

8%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

