



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK SKINCARE SKINTIFIC

DI JAKARTA

Oleh :

Nama : Maria Gabriella Elvina Suharto

NIM : 28200064

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MARET 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(C) Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KUALITAS PELANGGAN PADA PRODUK SKINCARE SKINTIFIC**

DI JAKARTA

Diajukan Oleh :

Nama : Maria Gabriella Elvina Suharto

NIM : 28200064

Jakarta, 15 Maret 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Dergibson Siagian, Ir., M.M)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2024

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Maria Gabriella Elvina Suharto / 28200064 / 2024 / Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Skincare Skintific Di Jakarta / Pembimbing : Dergibson Siagian, Ir., M.M

Industri kecantikan mengalami perkembangan sangat cepat, terutama di bidang skincare. Skincare adalah urutan pemakaian produk yang membantu menjaga kondisi kulit, untuk meningkatkan performa dan memperbaiki kondisi kulit. Pentingnya perawatan kulit sejak dini adalah untuk mengurangi risiko berbagai masalah kulit, menutrisi kulit wajah dan mencegah penuaan dini. Di Indonesia sudah banyak bermunculan produk skincare. Salah satunya adalah Skintific. Dengan banyaknya merek perawatan kulit yang memasuki pasar, persaingan akan semakin ketat. Karena persaingan ini, dua faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah harga dan kualitas produk.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *kualitas produk*, *harga*, dan *loyalitas pelanggan*. Dalam penelitian ini, *kualitas produk* dan *harga* sebagai variabel bebas dan *loyalitas pelanggan* sebagai variabel terikat.

Objek penelitian ini adalah produk skincare skintific. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi menggunakan kuesioner yang disebar secara elektronik menggunakan *google form* kepada 141 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* menggunakan pendekatan *sampling purposive*. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan *software* WarpPLS 7.0 dan SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *kualitas produk* dan *harga* memengaruhi loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan

Simpulan dari penelitian ini adalah *kualitas produk dan harga* terbukti memengaruhi loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Loyalitas Pelanggan



ABSTRACT

Maria Gabriella Elvina Suharto / 28200064 / 2024 / *The Influence of Product Quality and Price on Customer Loyalty in Skintific Skincare Products in Jakarta* / Supervisor: Dergibson Siagian, Ir., M.M

The beauty industry is experiencing very fast development, especially in the skincare sector. Skincare is a sequence of product use that helps maintain skin condition, to improve performance and improve skin condition. The importance of early skin care is to reduce the risk of various skin problems, nourish facial skin and prevent premature aging. In Indonesia, many skincare products have emerged. One of them is Skintific. With so many skincare brands entering the market, competition will only get fiercer. Because of this competition, two factors that influence customer loyalty are price and product quality.

The theory used in this research is the theory of product quality, price and customer loyalty. In this research, product quality and price are the independent variables and customer loyalty is the dependent variable.

The object of this research is skintific skincare products. The data collection technique used in this research is a communication technique using a questionnaire distributed electronically using Google Form to 141 respondents. The sampling technique used was a non-probability sampling technique using a purposive sampling approach. The procedure used for model testing and data processing is a structural equation model (Structural Equation Modeling) using WarpPLS 7.0 and SPSS software.

The results of this research show that product quality and price influence customer loyalty positively and significantly

The conclusion of this research is that product quality and price are proven to influence customer loyalty positively and significantly.

Keywords: Product Quality, Price, Customer Loyalty



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Skincare Skintific Di Jakarta” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penyusunan karya akhir ini tentu banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi, akan tetapi pada akhirnya karya akhir dapat terselesaikan berkat adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada

1. Dergibson Siagian, Ir., M.M selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan kritik dan saran serta meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan selama proses penyusunan karya akhir sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Dr. Abdulah Rakhman, S.TP., M.M. selaku ketua program studi manajemen dan dosen wali yang telah memberikan bantuan dan arahan kepada penulis selama menjalani perkuliahan.
3. Kedua orang tua penulis yang telah mendidik dan membesarkan penulis hingga saat ini. Terima kasih karena telah memberikan doa, cinta, kasih sayang, semangat, motivasi, dukungan baik secara moral maupun materi kepada penulis selama penulis menempuh pendidikan S1.
4. Seluruh jajaran dosen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan mendidik penulis selama menjalani perkuliahan.



5. Teman-teman penulis yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan menemani penulis selama menjalani perkuliahan dan penyusunan karya akhir.

6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama menjalani perkuliahan, serta proses penyusunan karya akhir.

Penulis menyadari bahwa karya akhir yang telah dibuat masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menghargai setiap kritik dan saran yang diberikan. Akhir kata, penulis berharap karya akhir yang telah dibuat dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan dapat menjadi referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya.

Jakarta, Maret 2024

Penulis

Maria Gabriella Elvina Suharto



DAFTAR ISI

PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Batasan Penelitian	9
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian.....	9
G. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teoritis	11
B. Penelitian Terdahulu.....	19



C. Kerangka Pemikiran	20
D. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Obyek Penelitian	23
B. Disain Penelitian.....	23
C. Variabel Penelitian	25
D. Teknik Pengambilan Sampel	27
E. Teknik Pengumpulan Data	27
F. Teknik Analisis Data	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	37
B. Deskriptif Analisis.....	39
C. Hasil Penelitian.....	51
D. Pembahasan	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	55
A. Simpulan.....	55
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN	59

1. Ditaring 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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk.....	25
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Harga.....	26
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Loyalitas Pelanggan	26
Tabel 4. 1 Persentase Responden Yang Pernah dan Tidak Membeli Skincare Skintific di Jakarta.....	39
Tabel 4. 2 Pengujian Validitas Kualitas Produk.....	40
Tabel 4. 3 Pengujian Validitas Harga.....	40
Tabel 4. 4 Pengujian Validitas Loyalitas Pelanggan	41
Tabel 4. 5 Pengujian Reliabilitas	41
Tabel 4. 6 Profil Menurut Jenis Kelamin	42
Tabel 4. 7 Profil Menurut Usia.....	43
Tabel 4. 8 Profil Menurut Pekerjaan	43
Tabel 4. 9 Analisis Kualitas Produk	44
Tabel 4. 10 Analisis Harga	46
Tabel 4. 11 Analisis Loyalitas Pelanggan	47
Tabel 4. 12 Struktural Model.....	49
Tabel 4. 13 Hubungan Sebab Akibat.....	51

DAFTAR GAMBAR

(C) Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 1. 1	Potensi Pasar Kecantikan di Indonesia	1
Gambar 1. 2	Merek Terbaik Perawatan	3
Gambar 1. 3	Keluhan Terhadap Kualitas Produk Skincare Skintific	5
Gambar 1. 4	Keluhan Terhadap Harga Skincare Skintific	7
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4. 1	Logo Perusahaan Skintific	37
Gambar 4. 2	Hasil dari Pengujian Hipotesis	50

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR LAMPIRAN



Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian.....	59
LAMPIRAN 2 Data Tabulasi Kuesioner	62
LAMPIRAN 3 Hasil Output.....	75
1. Uji Validitas.....	75
2. Uji Reliabilitas.....	75
3. Profil Responden	76
4. Statistik Deskriptif Setiap Variabel	77
5. Model Struktural.....	87
6. Pengujian Hipotesis	88
7. Pengaruh Antar Variabel	89

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 dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.