

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN TEMPAT TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PRODUK KECANTIKAN MEREK INNISFREE  
DAN NATURE REPUBLIC DI WILAYAH JAKARTA UTARA**

**Oleh :**

**Nama : Aditya**

**NIM : 25160207**

**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**  
**Januari 2020**

**PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN TEMPAT TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PRODUK KECANTIKAN MEREK INNISFREE  
DAN NATURE REPUBLIC DI WILAYAH JAKARTA UTARA**

**Diajukan Oleh**

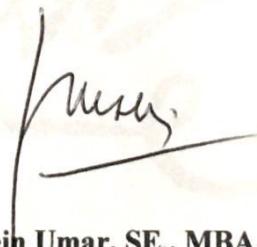
**Nama : Aditya**

**NIM : 25160207**

**Jakarta, 6 Juli 2020**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing**



**Prof. Dr. Husein Umar, SE., MBA., MM.**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE  
JAKARTA 2020**

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

Aditya / 25160207 / 2019 / Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Tempat terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Kecantikan merek Innisfree dan Nature Republic di Wilayah Jakarta Utara / Prof. Dr. Husein Umar, SE., MBA., MM.

Industri kecantikan asal negeri ginseng, Korea Selatan di Indonesia cukup berkembang pesat saat ini dan diminati masyarakat Indonesia. Banyak masyarakat Indonesia yang ingin memperoleh kulit wajah/ tubuh seperti idola mereka dengan cara menggunakan produk perawatan kulit asal Korea Selatan. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah penggunaan produk kecantikan asal Korea Selatan di Indonesia. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Tempat terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Kecantikan merek Innisfree dan Nature Republic di Wilayah Jakarta Utara.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk, Promosi, Tempat dan Kepuasan Pelanggan. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu Variabel Independen dan Variabel Dependen. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk, Promosi dan Tempat, sedangkan Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan.

Dalam penelitian ini terdapat dua objek penelitian yaitu Produk Kecantikan merek Innisfree dan Produk Kecantikan merek Nature Republic di Wilayah Jakarta Utara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif dan Analisis Regresi berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada 100 sampel pelanggan yang berusia  $\geq 18$  tahun dan pernah berbelanja serta menggunakan Produk Kecantikan merek Innisfree dan Nature Republic selama tiga bulan terakhir. Penarikan sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa responden menilai kualitas produk, promosi dan tempat baik, dan kepuasan pelanggan puas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, promosi dan tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Peneliti menyarankan agar perusahaan meningkatkan lagi kualitas produk dan promosi serta memperbanyak toko di beberapa titik atau tempat di Wilayah Jakarta Utara untuk memudahkan konsumen menjangkaunya sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, Tempat, Kepuasan Pelanggan

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,
  - 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.

## ABSTRACT

Aditya / 25160207/2019 / *The Effect of Product Quality, Promotion and Place on Customer Satisfaction Innisfree and Nature Republic Beauty Products in the North Jakarta / Prof. Dr. Husein Umar, SE., MBA., MM.*

*The beauty industry from the country of ginseng, South Korea in Indonesia is growing rapidly at this time and interested by citizen's Indonesia. There's so many Indonesians want to get facial / body skin like their idols by using skin care products from South Korea. This can be seen from the increasing use of beauty products from South Korea in Indonesia. Therefore, researchers are interested in conducting a research entitled *The Effect of Product Quality, Promotion and Place on Customer Satisfaction Innisfree and Nature Republic Beauty Products in the North Jakarta**

*The theory used in this research is Product Quality, Promotion, Place and Customer Satisfaction. The variables in this study are divided into two types, namely Independent Variables and Dependent Variables. The independent variables in this research are Product Quality, Promotion and Place, while the dependent variables in this research is Customer Satisfaction.*

*In this research, there are two research objects namely Innisfree Beauty Products and Nature Republic Beauty Products in North Jakarta. The method used in this research is Descriptive Analysis and Multiple Regression Analysis. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 samples of customers aged  $\geq 18$  years who had shopped and used Innisfree and Nature Republic Beauty Products for the past three months. Sampling is done by non probability sampling with judgment sampling technique.*

*This research shows that respondents rated product quality, promotion and location well, and satisfied customer satisfaction. The results showed that product quality, promotion and location had a positive and significant effect on customer satisfaction.*

*The conclusion of this research is that Product Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Promotion has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, Place has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. Researchers suggest that companies increase product quality and promotion more and increase stores at several points or locations in the North Jakarta Region to facilitate consumers reaching them so as to increase customer satisfaction.*

*Keywords : Product Quality, Promotion, Place, Customer Satisfaction*

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,
    - 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.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas berkat dan rahmat-Nya, tugas akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Tempat terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Kecantikan merek Innisfree dan Nature Republic di Wilayah Jakarta Utara” dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dengan adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Namun, penulis berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis lainnya untuk menerapkan pengetahuan yang telah didapat dan memperoleh pengalaman baru yang tidak dapat diperoleh dari perkuliahan. Dalam menyusun tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, arahan, bantuan, dukungan dan doa dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Husein Umar, SE., MBA., MM. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran didalam memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan kepada peneliti dengan sabar didalam melakukan proses penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie School of Business yang telah mendidik, membimbing, serta memberikan bekal ilmu kepada penulis hingga pada akhir studi kuliah.
3. Para karyawan di BAAK, perpustakaan, dan *copy centre* di Kwik Kian Gie School of Business yang telah dengan sangat ramah membantu penulis selama proses perkuliahan sampai penyusunan skripsi.

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

4. Kedua orang tua dan keluarga yang dengan setia selalu memberikan dukungan, kepercayaan, doa dan kasih sayang kepada penulis.

5. Stefanie Putri Tjiasaka, Feren Kuswandi, Silviana, Irine, Rika, Michele Angela, Stephanie Gautama, Caroline, Inda, Julia, Angel Damayanti, Fanny Meylana, Krisanti Dewi, Cecilia Marvelyn dan Meriyanti selaku teman seperjuangan yang selalu mendukung dan menyemangati dari awal perkuliahan hingga saat ini.

6. Michele, Viny dan Evelly sebagai teman dari SMA yang selalu mendukung dan mendengarkan keluh kesah penulis.

7. Teman-teman dari Komunitas Keluarga Mahasiswa Katolik Kwik Kian Gie (Angelo Antonius, Ronny, Antonius, Venti, Ferent, Davyn, Sarah, Louis, Theresia, Vivian, Florentinald, Irvan, Krista, Vincent SP) yang tak henti-hentinya menemani dan mendukung saya dalam pelayanan serta penyusunan skripsi.

8. Semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan maaf atas kesalahan dan kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya dan dapat menjadi referensi yang baik bagi para penelitian selanjutnya.

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

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

Jakarta, 29 Januari 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| <b>PENGESAHAN .....</b>   | i    |
| <b>ABSTRAK .....</b>  | ii   |
| <b>ABSTRACT .....</b>   | iii  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>  | iv   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>  | vi   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>   | viii |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>   | xiii |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>  | xiv  |
| <br><b>BAB I PENDAHULUAN</b>  |      |
| <b>A:</b> <b>Latar Belakang .....</b>                                   | 1    |
| <b>B:</b> <b>Identifikasi Masalah.....</b>                              | 13   |
| <b>C:</b> <b>Batasan Masalah .....</b>                                  | 14   |
| <b>D:</b> <b>Batasan Penelitian .....</b>                               | 17   |
| <b>E:</b> <b>Rumusan Masalah.....</b>                                   | 17   |
| <b>F:</b> <b>Tujuan Penelitian .....</b>                                | 17   |
| <b>G:</b> <b>Manfaat Penelitian .....</b>                               | 18   |
| <br><b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>  |      |
| <b>A:</b> <b>Landasan Teori.....</b>                                    | 19   |
| 1. <b>Produk.....</b>   | 19   |
| 2. <b>Kualitas Produk .....</b>   | 25   |
| 3. <b>Promosi.....</b>  | 29   |
| 4. <b>Tempat .....</b>  | 34   |
| 5. <b>Kepuasan Pelanggan.....</b>                                       | 36   |
| <b>B:</b> <b>Penelitian Terdahulu.....</b>                              | 39   |
| <b>C:</b> <b>Kerangka Pemikiran.....</b>                                | 42   |
| 1. <b>Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan .....</b> | 42   |
| 2. <b>Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.....</b>          | 42   |
| 3. <b>Tempat berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan .....</b>          | 43   |
| <b>D:</b> <b>Hipotesis Penelitian .....</b>                             | 45   |
| <br><b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>                                |      |
| <b>A:</b> <b>Objek Penelitian .....</b>                                 | 46   |
| <b>B:</b> <b>Desain Penelitian .....</b>                                | 46   |
| <b>C:</b> <b>Variabel Penelitian.....</b>                               | 49   |
| 1. <b>Variabel Penelitian .....</b>                                     | 49   |

|   |  |           |
|---|--|-----------|
| 2.  | Skala yang Digunakan dan Definisi Operasional Variabel ..... | 50        |
| <b>D. C. E. Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b> | <b>Teknik Pengumpulan Data.....</b>                          | <b>56</b> |
|   | <b>Teknik Pengambilan Sampel.....</b>                        | <b>56</b> |
|   | <b>Teknik Analisis Data.....</b>                             | <b>57</b> |
| 1.  | Uji Validitas.....   | 57        |
| 2.  | Uji Reliabilitas.....  | 58        |
| 3.  | Analisis Deskriptif.....                                     | 59        |
| 4.  | Uji Asumsi Klasik .....                                      | 61        |
| 5.  | Analisis Regresi .....                                       | 63        |
| <b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>   |  |           |
| <b>A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>   | <b>66</b>  |           |
| 1.  | Innisfree .....  | 66        |
| 2.  | Nature Republic .....  | 69        |
| <b>B. Teknik Analisis Data.....</b>   | <b>72</b>  |           |
| 1.  | Uji Validitas.....   | 72        |
| 2.  | Uji Reliabilitas.....  | 77        |
| 3.  | Analisis Data Responden.....                                 | 78        |
| 4.  | Analisis Deskriptif Indikator .....                          | 81        |
| 5.  | Analisis Deskriptif (Gabungan).....                          | 127       |
| 6.  | Analisis Uji Asumsi Klasik Gabungan .....                    | 132       |
| 7.  | Analisis Regresi Berganda Gabungan .....                     | 134       |
| <b>C. Hasil Penelitian.....</b>   | <b>137</b>   |           |
| <b>D. Pembahasan .....</b>  | <b>138</b>   |           |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>   |  |           |
| <b>A. Simpulan .....</b>  | <b>141</b>   |           |
| <b>Saran.....</b>   | <b>142</b>   |           |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>  | <b>144</b>   |           |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>  | <b>148</b>   |           |

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

## DAFTAR TABEL

### **BAB I**

|  |          |
|--|----------|
| <b>Tabel 1.1 Merek Produk kecantikan yang menguasai pasar di Indonesia .....</b> | <b>3</b> |
| pada tahun 2018  |          |

|  |          |
|--|----------|
| <b>Tabel 1.2 Data Konsumen Toko Produk Kecantikan di Wilayah Jakarta Utara .....</b> | <b>9</b> |
| Pra-Penelitian   |          |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Tabel 1.3 Hasil Pra Penelitian .....</b> | <b>10</b> |
|---|-----------|

|                                     |           |
|-------------------------------------|-----------|
| <b>Tabel 1.4 Gap Research .....</b> | <b>16</b> |
|-------------------------------------|-----------|

### **BAB II**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Tabel 2.1 Penelitian terdahulu Kualitas Produk terhadap .....</b> | <b>39</b> |
| Kepuasan Pelanggan   |           |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Tabel 2.2 Penelitian terdahulu Kualitas Produk terhadap .....</b> | <b>40</b> |
| Kepuasan Pelanggan   |           |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Tabel 2.3 Penelitian terdahulu Promosi terhadap .....</b> | <b>40</b> |
| Kepuasan Pelanggan   |           |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Tabel 2.4 Penelitian terdahulu Promosi terhadap .....</b> | <b>40</b> |
| Kepuasan Pelanggan   |           |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Tabel 2.5 Penelitian terdahulu Tempat terhadap .....</b> | <b>41</b> |
| Kepuasan Pelanggan  |           |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu Tempat terhadap .....</b> | <b>41</b> |
| Kepuasan Pelanggan  |           |

### **BAB III**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Tabel 3.1 Tabel Skala Likert .....</b> | <b>50</b> |
|---|-----------|

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Tabel 3.2 Dimensi dan Indikator Kualitas Produk .....</b> | <b>51</b> |
|--|-----------|

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Tabel 3.3 Dimensi dan Indikator Promosi .....</b> | <b>52</b> |
|--|-----------|

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Tabel 3.4 Dimensi dan Indikator Tempat .....</b> | <b>53</b> |
|---|-----------|

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Tabel 3.5 Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan .....</b> | <b>54</b> |
|---|-----------|

### **BAB IV**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Tabel 4.1 Uji Validitas Kualitas Produk .....</b> | <b>72</b> |
|--|-----------|

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Tabel 4.2 Uji Validitas Promosi .....</b> | <b>73</b> |
|--|-----------|



|  |           |
|--|-----------|
| Tabel 4.3 Uji Validitas Tempat .....   | 74        |
| Tabel 4.4 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan .....                                     | 75        |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk .....                      | 77        |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi .....                              | 77        |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tempat .....                               | 77        |
| <b>Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....</b>            | <b>78</b> |
| <b>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</b>  |           |
| <b>Tabel 4.9 Persentase Responden berdasarkan Jenis Pemakaian .....</b>              | <b>78</b> |
| <b>Tabel 4.10 Persentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>               | <b>79</b> |
| <b>Tabel 4.11 Persentase Responden berdasarkan Usia .....</b>                        | <b>79</b> |
| <b>Tabel 4.12 Persentase Responden berdasarkan Pekerjaan .....</b>                   | <b>80</b> |
| <b>Tabel 4.13 Persentase Responden berdasarkan Intensitas Pembelian .....</b>        | <b>80</b> |
| <b>Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Indikator 1 Kualitas Produk Innisfree .....</b>    | <b>81</b> |
| <b>Tabel 4.15 Analisis Deskriptif Indikator 2 Kualitas Produk Innisfree .....</b>    | <b>82</b> |
| <b>Tabel 4.16 Analisis Deskriptif Indikator 3 Kualitas Produk Innisfree .....</b>    | <b>82</b> |
| <b>Tabel 4.17 Analisis Deskriptif Indikator 4 Kualitas Produk Innisfree .....</b>    | <b>83</b> |
| <b>Tabel 4.18 Analisis Deskriptif Indikator 5 Kualitas Produk Innisfree .....</b>    | <b>84</b> |
| <b>Tabel 4.19 Analisis Deskriptif Indikator 6 Kualitas Produk Innisfree .....</b>    | <b>85</b> |
| <b>Tabel 4.20 Analisis Deskriptif Indikator 7 Kualitas Produk Innisfree .....</b>    | <b>85</b> |
| <b>Tabel 4.21 Analisis Deskriptif Indikator 8 Kualitas Produk Innisfree .....</b>    | <b>85</b> |
| <b>Tabel 4.22 Analisis Deskriptif Indikator 9 Kualitas Produk Innisfree .....</b>    | <b>86</b> |
| <b>Tabel 4.23 Analisis Deskriptif Indikator 10 Kualitas Produk Innisfree .....</b>   | <b>86</b> |
| <b>Tabel 4.24 Analisis Deskriptif Indikator 1 Promosi Innisfree .....</b>            | <b>87</b> |
| <b>Tabel 4.25 Analisis Deskriptif Indikator 2 Promosi Innisfree .....</b>            | <b>87</b> |
| <b>Tabel 4.26 Analisis Deskriptif Indikator 3 Promosi Innisfree .....</b>            | <b>88</b> |
| <b>Tabel 4.27 Analisis Deskriptif Indikator 4 Promosi Innisfree .....</b>            | <b>89</b> |
| <b>Tabel 4.28 Analisis Deskriptif Indikator 5 Promosi Innisfree .....</b>            | <b>89</b> |
| <b>Tabel 4.29 Analisis Deskriptif Indikator 6 Promosi Innisfree .....</b>            | <b>90</b> |
| <b>Tabel 4.30 Analisis Deskriptif Indikator 1 Tempat Innisfree .....</b>             | <b>91</b> |
| <b>Tabel 4.31 Analisis Deskriptif Indikator 2 Tempat Innisfree .....</b>             | <b>91</b> |
| <b>Tabel 4.32 Analisis Deskriptif Indikator 3 Tempat Innisfree .....</b>             | <b>92</b> |
| <b>Tabel 4.33 Analisis Deskriptif Indikator 4 Tempat Innisfree .....</b>             | <b>92</b> |
| <b>Tabel 4.34 Analisis Deskriptif Indikator 5 Tempat Innisfree .....</b>             | <b>93</b> |
| <b>Tabel 4.35 Analisis Deskriptif Indikator 1 Kepuasan Pelanggan Innisfree .....</b> | <b>94</b> |
| <b>Tabel 4.36 Analisis Deskriptif Indikator 2 Kepuasan Pelanggan Innisfree .....</b> | <b>94</b> |

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,  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

1. Bilarang 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.



|   |     |
|---|-----|
| Tabel 4.63 Analisis Deskriptif Indikator 3 Promosi Nature Republic .....                                      | 110 |
| Tabel 4.64 Analisis Deskriptif Indikator 4 Promosi Nature Republic .....                                      | 111 |
| Tabel 4.65 Analisis Deskriptif Indikator 5 Promosi Nature Republic .....                                      | 112 |
| Tabel 4.66 Analisis Deskriptif Indikator 6 Promosi Nature Republic .....                                      | 112 |
| Tabel 4.67 Analisis Deskriptif Indikator 1 Tempat Nature Republic .....                                       | 113 |
| Tabel 4.68 Analisis Deskriptif Indikator 2 Tempat Nature Republic .....                                       | 114 |
| Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang<br>Tabel 4.69 Analisis Deskriptif Indikator 3 Tempat Nature Republic ..... | 114 |
| Tabel 4.70 Analisis Deskriptif Indikator 4 Tempat Nature Republic .....                                       | 115 |
| Tabel 4.71 Analisis Deskriptif Indikator 5 Tempat Nature Republic .....                                       | 115 |
| Tabel 4.72 Analisis Deskriptif Indikator 1 Kepuasan Pelanggan .....<br>Nature Republic                        | 116 |
| Tabel 4.73 Analisis Deskriptif Indikator 2 Kepuasan Pelanggan .....<br>Nature Republic                        | 117 |
| Tabel 4.74 Analisis Deskriptif Indikator 3 Kepuasan Pelanggan .....<br>Nature Republic                        | 117 |
| Tabel 4.75 Analisis Deskriptif Indikator 4 Kepuasan Pelanggan .....   | 118 |
| Nature Republic   |     |
| Tabel 4.76 Analisis Deskriptif Indikator 5 Kepuasan Pelanggan .....   | 118 |
| Nature Republic   |     |
| Tabel 4.77 Analisis Deskriptif Indikator 6 Kepuasan Pelanggan .....   | 119 |
| Nature Republic   |     |
| Tabel 4.78 Analisis Deskriptif Indikator 7 Kepuasan Pelanggan .....   | 120 |
| Nature Republic   |     |
| Tabel 4.79 Analisis Deskriptif Indikator 8 Kepuasan Pelanggan .....   | 120 |
| Nature Republic   |     |
| Tabel 4.80 Analisis Deskriptif Indikator 9 Kepuasan Pelanggan .....   | 121 |
| Nature Republic   |     |
| Tabel 4.81 Analisis Deskriptif Indikator 10 Kepuasan Pelanggan .....  | 121 |
| Nature Republic   |     |
| Tabel 4.82 Analisis Deskriptif Indikator 11 Kepuasan Pelanggan .....  | 122 |
| Nature Republic   |     |
| Tabel 4.83 Analisis Deskriptif Indikator 12 Kepuasan Pelanggan .....  | 123 |
| Nature Republic   |     |
| Tabel 4.84 Analisis Deskriptif Indikator 13 Kepuasan Pelanggan .....  | 123 |

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,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKG.

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

## **Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

|   |                 |
|---|-----------------|
| <b>C Hak Cipta mB IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b> | Nature Republic |
| Tabel 4.85 Analisis Deskriptif Indikator 14 Kepuasan Pelanggan .....          | 124             |
| Nature Republic   |                 |
| Tabel 4.86 Analisis Deskriptif Indikator 15 Kepuasan Pelanggan .....          | 124             |
| Nature Republic   |                 |
| Tabel 4.87 Analisis Deskriptif Indikator 16 Kepuasan Pelanggan .....          | 125             |
| Nature Republic   |                 |
| Tabel 4.88 Perbandingan Nilai Antar Merek .....                               | 126             |
| Tabel 4.89 Skor rata-rata Kualitas Produk .....                               | 127             |
| Tabel 4.90 Skor rata-rata Promosi .....                                       | 129             |
| Tabel 4.91 Skor rata-rata Tempat.....   | 130             |
| Tabel 4.92 Skor rata-rata Kepuasan Pelanggan .....                            | 131             |
| Tabel 4.93 Hasil Uji Normalitas Gabungan .....                                | 132             |
| Tabel 4.94 Hasil Uji Heteroskedastisitas Gabungan .....                       | 133             |
| Tabel 4.95 Hasil Uji Multikolinieritas Gabungan .....                         | 133             |
| Tabel 4.96 Hasil Uji Autokorelasi Gabungan .....                              | 134             |
| Tabel 4.97 Hasil Uji Koefisien Determinasi Gabungan .....                     | 134             |
| Tabel 4.98 Hasil Uji F Model Gabungan .....                                   | 135             |
| Tabel 4.99 Hasil Uji t Model Gabungan .....                                   | 136             |

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,

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.

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....            | 44 |
| Gambar 3.1 Rentang Skala .....                 | 61 |
| Gambar 4.1 Logo Innisfree .....                | 66 |
| Gambar 4.2 Daftar Produk Innisfree .....       | 68 |
| Gambar 4.3 Toko Innisfree .....                | 69 |
| Gambar 4.4 Logo Nature Republic .....          | 69 |
| Gambar 4.5 Daftar Produk Nature Republic ..... | 71 |
| Gambar 4.6 Toko Nature Republic .....          | 72 |

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



## DAFTAR LAMPIRAN

|  |     |
|--|-----|
| LAMPIRAN 1 KUESIONER PRA PENELITIAN .....  | 148 |
| LAMPIRAN 2 KUESIONER .....   | 152 |
| LAMPIRAN 3 PROFIL RESPONDEN .....  | 158 |
| LAMPIRAN 4 HASIL OUTPUT RESPONDEN UNTUK KUALITAS PRODUK INNISFREE DAN NATURE REPUBLIC .....    | 165 |
| LAMPIRAN 5 HASIL OUTPUT RESPONDEN UNTUK PROMOSI INNISFREE DAN NATURE REPUBLIC .....            | 168 |
| LAMPIRAN 6 HASIL OUTPUT RESPONDEN UNTUK TEMPAT INNISFREE DAN NATURE REPUBLIC .....             | 171 |
| LAMPIRAN 7 HASIL OUTPUT RESPONDEN UNTUK KEPUASAN PELANGGAN INNISFREE DAN NATURE REPUBLIC ..... | 174 |
| LAMPIRAN 8 HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUALITAS PRODUK .....                   | 179 |
| LAMPIRAN 9 HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS PROMOSI .....                           | 180 |
| LAMPIRAN 10 HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS TEMPAT .....                           | 181 |
| LAMPIRAN 11 HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KEPUASAN PELANGGAN .....               | 182 |
| LAMPIRAN 12 HASIL OUTPUT UJI NORMALITAS .....  | 183 |
| LAMPIRAN 13 HASIL OUTPUT UJI HETEROSKEDASTISITAS .....   | 184 |
| LAMPIRAN 14 HASIL OUTPUT UJI MULTIKOLINIERITAS .....   | 185 |
| LAMPIRAN 15 HASIL OUTPUT UJI AUTOKORELASI .....  | 185 |
| LAMPIRAN 16 HASIL OUTPUT UJI REGRESI BERGANDA .....  | 186 |
| LAMPIRAN 17 FOTO-FOTO RESPONDEN SAAT MENGISI KUESIONER .....                                   | 187 |