

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN
PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Pada Pelanggan Maybelline di Jakarta)**

SKRIPSI



Nama : Cindy Nuroktaviany

Nim : 43120110161

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2025

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN
PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Pada Pelanggan Produk Maybelline di Jakarta)**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Cindy Nuroktaviany

Nim : 43120110161

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cindy Nuroktaviany

Nim : 43120110161

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia kenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Juli 2025



Cindy Nuroktaviany

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Cindy Nuroktaviany
NIM : 43120110161
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Produk Maybelline di Jakarta)
Tanggal Sidang : 21 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Loeky Rono Pradopo, SE, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS LPTA-09255624
MERCU BUANA



Scan QR or [click here](#) to
Verification

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : CINDY NUROKTAVIANY
NIM : 43120110161
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PELAYANAN PRIMA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan Maybelline di
Jakarta)
Hasil Pengecekan Turnitin : 24%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **24%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 30 January 2026
Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2026/Januari/30/0000000752/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

ABSTRAK

Industri kosmetik di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya kesadaran perempuan akan pentingnya penampilan dan perawatan diri. Kosmetik tidak hanya mempercantik, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri dan kesejahteraan emosional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga (X1), kualitas produk (X2), dan pelayanan prima (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Populasi dalam penelitian ini terdiri dari masyarakat yang berdomisili di DKI Jakarta. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *teknik purposive sampling*, berdasarkan rumus *Hair*, yang menghasilkan sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrumen angket (kuesioner) yang akan disebarluaskan melalui *Google Form*. Metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square*.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

The cosmetics industry in Indonesia is experiencing rapid growth as women's awareness of the importance of appearance and self-care increases. Cosmetics not only beautify, but also increase self-confidence and emotional well-being. This study aims to analyze the effect of price (X1), product quality (X2), and excellent service (X3) on customer satisfaction (Y). The population in this study consists of people domiciled in DKI Jakarta. Sampling was carried out using a purposive sampling technique, based on the Rambut formula, which resulted in 100 respondents. The data collection technique in this study used a questionnaire instrument that will be distributed via Google Form. The data analysis method used is Partial Least Square.

Keywords: Price, Product Quality, Excellent Service and Customer Satisfaction.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, yang telah memungkinkan penulis untuk menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Produk Maybelline di Jakarta?)”. Proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Dalam penelitian ini, penulis menyadari adanya keterbatasan dan ketidaksempurnaan dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Loeky Rono Pradopo, SE, MM sebagai dosen pembimbing skripsi, yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, motivasi, pengetahuan, serta nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Prof Dr. Ir. Andi Andriansyah, M, Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Eri Marlapa, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si selaku dosen metodologi penelitian Pemasaran.
6. Seluruh Dosen Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya kepada peneliti.

7. Orangtua tercinta Ibu Suryati dan Bapak Andi Rahmadi, motivasi terbesarku, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moral maupun materil.
8. Dimas Saputra dan Sahabat Seperjuangan Soniya, Risma dan Syifa yang selalu membantu, memberikan semangat, motivasi, dan bertukar pikiran.
9. Pihak-pihak lain khususnya Manajemen 2020 yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, 28 Juli 2025

Cindy Nuroktaviany

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan Penelitian.....	17
D. Kontribusi Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	18
A. Kajian Pustaka.....	18
1. Teori S-O-R.....	18
a. Definisi Teori S-O-R	18
2. Harga.....	19
a. Definisi Harga	19
b. Dimensi dan Indikator Harga	21
3. Bauran Pemasaran.....	22

a. Definisi Bauran Pemasaran	22
4. Kualitas Produk.....	23
a. Definisi Kualitas Produk	23
b. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	24
5. Pelayanan Prima.....	25
a. Definisi Pelayanan Prima	25
b. Dimensi dan Indikator Pelayanan Prima	26
6. Kepuasan Pelanggan	27
a. Definisi Kepuasan Pelanggan.....	27
b. Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan	29
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Pengembangan Hipotesis.....	35
1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	35
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	35
3. Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan	36
D. Kerangka Konseptual	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian	38
B. Desain Penelitian	38
C. Definisi dan Operasional Variabel	39
1. Definisi Variabel	39
2. Operasional Variabel	41
D. Skala Pengukuran Variabel.....	42
E. Populasi dan Sampel.....	43
1. Populasi Penelitian.....	43

2. Sampel Penelitian.....	44
F. Teknik Pengumpulan Data	45
G. Metode Analisis Data	45
1. Analisis Deskriptif.....	45
a. Deskripsi Responden.....	46
b. Deskripsi Variabel	46
2. Analisis Partial Least Square.....	46
3. Langkah-langkah Pengujian Analisa PLS	47
a. Menguji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	47
b. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Analisis Deskriptif.....	51
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
2. Deskripsi Responden.....	52
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	52
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
e. Variabel Harga.....	54
f. Variabel Kualitas Produk.....	55
g. Variabel Pelayanan Prima	56
h. Variabel Kepuasan Pelanggan	56
B. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	57
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	57
2. Hasil Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	62

a. Nilai <i>R-Square Adjusted</i>	62
b. Evaluasi Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	63
c. Evaluasi Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	64
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	65
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	66
3. Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	79



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Top Brand Award Produk Maybelline.....	8
Tabel 1.2	Data Prasurvei	13
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1	Operasional Variabel	41
Tabel 3.2	Skala Likert	43
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	52
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	54
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	55
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Pelayanan Prima.....	56
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pembelian	56
Tabel 4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	58
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	59
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	60
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion)</i>	61
Tabel 4.13	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	62
Tabel 4.16	Nilai Variabel Endogen	62
Tabel 4.15	Hasil Uji Nilai <i>Q-Square</i>	63
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Hipotesis	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Brand Kecantikan yang Laris Tahun 2024.....	3
Gambar 1.2	Brand Kecantikan yang Laris Tahun 2024	4
Gambar 1.3	Maybelline Logo	7
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1	Hasil Algoritma PLS	58
Gambar 4.2	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	: Prasurvey	79
Lampiran 2	: Kuesioner.....	81
Lampiran 3	: Data Jawaban Responden	85
Lampiran 4	: Hasil Analisis Statistik Deskriptif	96
Lampiran 5	: Hasil Uji Partial Least Square	98

