



**ANALISA PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAK  
PADA LOYALITAS PELANGGAN  
KOSMETIK MEREK WARDAH DI JABOTABEK**

**TESIS**

**UNIVERSITAS  
OLEH  
AJENG SYARIFAH**

**55116120107**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
TAHUN 2020**



**ANALISA PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN  
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAK  
PADA LOYALITAS PELANGGAN  
KOSMETIK MEREK WARDAH DI JABOTABEK**

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana  
Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS**  
**OLEH**  
**AJENG SYARIFAH**  
**55116120107**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
TAHUN 2020**

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan model yang komprehensif dengan mengukur pengaruh kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan yang dampaknya pada loyalitas pelanggan. Penelitian ini menerapkan desain penelitian deskriptif dengan menggunakan metode survei. Pengambilan sampel menggunakan *convinient sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Penelitian ini menggunakan pendekatan model persamaan struktural (*structural equation modeling*) – Lisrel untuk menguji pengaruh signifikansi dari keseluruhan model dan jalur yang telah ditentukan sebelumnya. Temuan menunjukkan bahwa kualitas produk dan kepercayaan merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, temuan lain menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci:

Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to develop a comprehensive model by measuring the effect of product quality and brand trust on customer satisfaction whose impact on customer loyalty. This research applies a descriptive research design using survey methods. Sampling uses convenient sampling as a sampling technique. This study uses the structural equation modeling (Lisrel) approach - Lisrel to test the influence of the significance of the overall model and predetermined pathway. The findings show that product quality and brand trust have a significant effect on customer satisfaction, other findings indicate that customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty.*

*Keywords:*

*Product Quality, Brand Trust, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty*



## PENGESAHAN TESIS

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampak Pada Loyalitas Pelanggan Produk Merek Wardah Di Jabotabek.  
Nama : Ajeng Syarifah  
NIM : 55116120107  
Program : Magister Manajemen  
Tanggal : Agustus 2020

Mengesahkan

Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
(Dudi Permana, ST., MM., Phd., CPM)

Direktur Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr.-Ing Mudrik Alaydrus)



(Dudi Permana, ST., MM., Phd., CPM)

## PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Ajeng Syarifah  
NIM : 55116120107  
Program Studi : Magister Manajemen (Pemasaran)

dengan judul

*"ANALISA PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAK PADA LOYALITAS PELANGGAN KOSMETIK MEREK WARDAH DI JABOTABEK"*,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 15/04/2020, didapatkan nilai persentase sebesar 15 %.

Jakarta, 2020  
Administrator Turnitin

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Arie Pangudi, A.Md

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini :

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampak Pada Loyalitas Pelanggan Produk Merek Wardah Di Jabotabek.  
Nama : Ajeng Syarifah  
NIM : 55116120107  
Program : Magister Manajemen  
Tanggal : Agustus 2020

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Agustus 2020

  
Ajeng Syarifah

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada peneliti, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul **Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan pelanggan Dan Dampak Pada Loyalitas Pelanggan Merek Wardah Di Tangerang.**

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti menyampaikan terimakasih sebesar – besarnya kepada:

1. Prof. Dr.-Ing Mudrik Alaydrus selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercubuana.
2. Dudi Permana, ST., MM., Phd., CPM. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.
3. Dr. M. Mukti Ali, ST, MM, CMA, CIPM, ASCA, CHRA, CFRM, MSS selaku Dosen Pembimbing Karya Akhir yang telah banyak membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan berharga kepada penulis sehingga bisa terselesaikannya karya akhir ini.
4. Semua staf akademik, staf administrasi, staf perpustakaan, dan staf bagian lain yang telah menjalankan tugasnya dengan baik dalam satu kesatuan keluarga besar Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercubuana.
5. Semua Pimpinan dan jajaran manajemen yang telah menjalankan tugasnya dengan baik dalam satu kesatuan keluarga besar Wardah *Beauty House* Ciledug.
6. Bapak dan Ibu orang tua atas segala dukungan dan motivasi serta doanya selaku orang tua selama penulis mengikuti pendidikan.
7. Keluargaku yang telah mendukung penulis dalam karya akhir ini.



8. Seluruh Dosen Magister Manajemen Universitas Mercubuana yang telah memberikan sharing pengalaman lebih dari sekedar teori.
9. Rekan-rekan Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Mercubuana angkatanku yang selalu bikin fresh perkuliahan.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengetahuan dan waktu yang dimiliki. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Besar harapan peneliti semoga tesis ini bermanfaat dan menambah pengetahuan akademisi dan juga untuk peneliti selanjutnya. Dengan segala kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan tesis ini.



Jakarta, Maret 2020

**Ajeng Syarifah**

UNIVERSITAS  
MERCUBUANA

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iv
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i> .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi

### BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi, Pembatasan, dan Perumusan dan Masalah Penelitian .....	12
1. Identifikasi Masalah .....	12
2. Perumusan Masalah .....	13
3. Pembatasan Masalah .....	13
C. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	14
1. Maksud Penelitian .....	14
2. Tujuan Penelitian .....	14
D. Manfaat dan Kegunaan Penelitian .....	15
1. Manfaat Aplikatif .....	15
2. Manfaat Teoritis .....	15

### BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka .....	17
1. Pemasaran .....	17
2. Pengertian Merek .....	18
a) Ekuitas Merek .....	20
b) Ekuitas Merek Berbasis Pelanggan .....	23
3. Kualitas Produk .....	25
a) Pengertian Kualitas Produk .....	25
b) Indikator Kualitas Produk .....	25
4. Kepercayaan Merek .....	27
a) Pengertian Kepercayaan Merek .....	27
b) Dimensi Kepercayaan Merek .....	30
5. Kepuasan Pelanggan .....	31
a) Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	31
b) Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	33
6. Loyalitas Merek .....	34
a) Pengertian Loyalitas Merek .....	34
b) Indikator Loyalitas Merek .....	35

B. Penelitian Terdahulu .....	37
a) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan .....	37
b) Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan .....	38
c) Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	39
C. Kerangka Pemikiran .....	41
D. Hipotesis .....	42

### **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

A. Jenis / Desain Penelitian .....	43
B. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel .....	44
1. Definisi Konsep .....	45
a) Kualitas Produk .....	45
b) Kepercayaan Merek .....	46
c) Kepuasan Pelanggan .....	47
d) Loyalitas Merek .....	48
2. Definisi Operasional dan Pengukuran .....	49
C. Populasi dan Sampel .....	49
1. Populasi .....	49
2. Sampel .....	51
D. Jenis dan Sumber Data .....	53
E. Teknik Pengumpulan Data .....	53
F. Metode Analisis Data .....	54
1. Analisis Deskriptif .....	54
2. Uji Hipotesis .....	55
a) Konseptual Model .....	55
b) Uji Kecocokan Model ( <i>Goodness Of Fit</i> ) .....	55
1) Uji Kecocokan Model Keseluruhan .....	56
2) Uji Kecocokan Model Pengukuran .....	61
3) Uji Kecocokan Model Struktural .....	66

### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Perusahaan .....	67
1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	67
2. Lingkup Bidang Usaha .....	74
3. Sumber Daya .....	75
4. Tantangan Bisnis Perusahaan .....	76
5. Proses Bisnis Perusahaan .....	79
B. Hasil Penelitian .....	81
1. Karakteristik Responden .....	81
2. Analisis Deskriptif Variabel .....	85
3. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian .....	88
1) Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas produk .....	90
2) Uji Validitas dan Reliabilitas Kepercayaan Merek .....	92
3) Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Pelanggan .....	94
4) Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Pelanggan .....	96
4. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran .....	99

5. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T) .....	99
6. Pengujian Hasil Hipotesis.....	101
C. Pembahasan.....	102
1. Analisis Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	102
2. Analisis Variabel Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	103
3. Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	104
D. Implikasi Manajerial.....	105
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	109
5.2. Saran .....	109
5.3. Manfaat Penelitian .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	115
<b>LAMPIRAN</b> .....	121
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	149



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Perkembangan Industri Kosmetik Tahun 2010 - 2015 .....	3
Tabel 1.2. Pemantauan Ekspor Sub Kelompok Hasil Industri Kosmetik Tahun 2012 – 2016 .....	3
Tabel 1.3. Pemantauan Impor Sub Kelompok Hasil Industri Kosmetik Tahun 2012 – 2016 .....	3
Tabel 1.4. Top Brand Indeks Kategori Lipstik Tahun 2017 – 2019 .....	9
Tabel 1.5. Top Brand Indeks kategori Blush on Tahun 2017 - 2019 .....	9
Tabel 1.6. Top Brand Indeks kategori Bedak Tahun 2017 - 2019 .....	10
Tabel 1.7. Top Brand Indeks kategori BB Cream Tahun 2017 - 2019 .....	10
Tabel 1.8. Hasil Pre Survei .....	11
Tabel 3.1. Operasionalisasi Dimensi Penelian .....	50
Tabel 3.2. Uji Kecocokan Model Keseluruhan .....	61
Tabel 4.1. Karakteristik Responden .....	83
Tabel 4.2. Analisis Variabel Kualitas Produk .....	86
Tabel 4.3. Analisis Variabel Kepercayaan Mersk .....	86
Tabel 4.4. Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan .....	87
Tabel 4.5. Analisis Variabel Loyalitas Pelanggan .....	88
Tabel 4.6. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	91
Tabel 4.7. Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek .....	93
Tabel 4.8. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	95
Tabel 4.9. Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan .....	97
Tabel 4.10. Hasil Uji Kecocokan Model Penelitian .....	100
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian .....	101

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Konsep Ekuitas Merek .....	21
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran .....	41
Gambar 3.1. Model Teoritis Penelitian .....	56
Gambar 4.1. Struktur Organisasi Perusahaan .....	70
Gambar 4.2. Bisnis Proses Operasi Wardah Cosmetics .....	80
Gambar 4.3. Model Pengukuran Variabel Kualitas Produk .....	90
Gambar 4.4. Model Pengukuran Variabel Kepercayaan Merek .....	93
Gambar 4.5. Model Pengukuran Variabel Kepuasan Pelanggan .....	95
Gambar 4.6. Model Pengukuran Variabel Loyalitas Pelanggan .....	97
Gambar 4.7. Model Pengukuran Measurement Variabel Penelitian .....	99
Gambar 4.8. Model Struktural (T-Value) .....	100



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Pre Test.....	121
Lampiran 2 Kuisisioner Primer.....	124
Lampiran 3 Penelitian Terdahulu.....	128
Lampiran 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif Frekwensi .....	130
Lampiran 5 Hasil Uji Statistik Validitas dan Reliabilitas .....	141
Lampiran 6 Hasil Hasil Uji Konstruk .....	142
Lampiran 7 Hasil Strukturan Standar Loading Factor dan T-Value .....	144
Lampiran 8 Goodness Of Fit Statistic .....	145

