

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN LIPSTIK
WARDAH PADA KARYAWAN DI WILAYAH JAKARTA
SELATAN**

SKRIPSI



Nama : Nuraini Giri Ifani
Nim : 43119110055

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2024**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nuraini Giri Ifani

NIM : 43119110055

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 17 Agustus 2024



Nuraini Giri Ifani
NIM: 43119110055

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nuraini Giri Ifani
NIM : 43119110055
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN LIPSTIK
WARDAH PADA KARYAWAN DI WILAYAH JAKARTA SELATAN
Tanggal Sidang : 07 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Zulfitri, MP., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244177



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan lipstik Wardah. Kosmetik Wardah telah menjadi salah satu merek terkemuka di industri kecantikan di Indonesia, dan pemahaman yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan dapat membantu perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian ini adalah 135 responden yang merupakan pengguna lipstik Wardah di Jakarta Selatan. Metode Analisa data yang digunakan adalah statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan kosmetik Wardah. Kualitas produk yang baik memberikan kepuasan kepada pelanggan, meningkatkan persepsi positif terhadap merek, dan akhirnya mempengaruhi loyalitas pelanggan. Citra merek yang kuat juga memberikan dorongan kepada pelanggan untuk tetap setia pada merek Wardah. Promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran, minat, dan pembelian produk Wardah, yang pada gilirannya mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Lipstik, Loyalitas Pelanggan, Promosi.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality, brand image, and promotion on customer loyalty for Wardah lipstick. Wardah cosmetics have become one of the leading brands in the beauty industry in Indonesia, and a deeper understanding of the factors affecting customer loyalty can help the company formulate effective marketing strategies. This research uses a quantitative approach with a survey method. The sample of this study consists of 135 respondents who are Wardah lipstick users in South Jakarta. The data analysis method employed is statistics in the form of SEM-PLS. The analysis results show that product quality, brand image, and promotion have a significant impact on customer loyalty to Wardah cosmetics. Good product quality provides customer satisfaction, enhances positive brand perception, and ultimately influences customer loyalty. A strong brand image also encourages customers to remain loyal to the Wardah brand. Effective promotion can increase awareness, interest, and purchases of Wardah products, which in turn affects the level of customer loyalty.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Lipstick, Customer Loyalty, Promotion.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Lipstik Wardah Pada Karyawan di Wilayah Jakarta Selatan”**.

Skripsi ini merupakan hasil dari perjalanan panjang yang telah saya tempuh untuk mencapai gelar sarjana pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan inspirasi kepada saya sepanjang proses penulisan skripsi ini. Pertama-tama, terima kasih kepada Bapak Zulfitri, Dr. MP, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu sabar memberikan bimbingan, arahan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat serta wawasan yang sangat berharga. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan puji syukur atas kuasa Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya, dan juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Kedua Orang Tua tercinta Bapak Suswanto dan Ibu Mirah, Adik saya Annisa Dwi Fitriyani, kekasih saya Ismail Yusuf Lubis, teman baik saya Venizia

Bella, Rati Indah Lestari, Nurul Rahmadhani, Juveltin Ceriana Telaumbanua dan Nugroho Pamungkas.

5. Terima kasih kepada seluruh Dosen Pengajar dan juga Staff jajaran Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pengetahuan, wawasan, dan membantu melayani mahasiswa.
6. Seluruh teman-teman seperjuangan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Angkatan 2019 yang tidak bisa saya sebutkan Namanya satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan seluruh impian kita sama-sama.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dikarenakan penulis memiliki keterbatasan pengalaman dan pengetahuan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang membangun dari para pembaca sangat harapkan untuk pengembangan penelitian di masa depan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya.

Jakarta, 17 Juni 2023

Nuraini Giri Ifani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	16
BAB II	18
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	18
A. Kajian Pustaka	18
1. <i>Theory of Reasoned Action</i> (Teori Tindakan Beralasan).....	18
2. Pemasaran	19
3. Manajemen Pemasaran	20
4. Loyalitas Pelanggan	21
5. Kualitas Produk	26
6. Citra Merek	31
7. Promosi	35
B. Penelitian Terdahulu.....	40
C. Pengembangan Hipotesis	48
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	48
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	49

3. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan	50
D. Kerangka Pemikiran.....	51
BAB III	53
METODE PENELITIAN	53
A. Waktu dan Tempat Penelitian	53
B. Desain Penelitian	53
C. Definisi dan Operasional Variabel	54
1. Definisi Variabel	55
2. Definisi Operasional Variabel	57
D. Skala Pengukuran Variabel	59
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	60
1. Populasi	60
2. Sampel Penelitian	60
F. Teknik Pengumpulan Data	61
G. Metode Analisis Data	62
1. Evaluasi <i>Measurement Model</i> (Outer Model)	62
2. Model Struktural atau Uji Hipotesis (Inner Model)	64
BAB IV	67
HASIL DAN PEMBAHASAN	67
A. Analisis Deskriptif	67
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	67
2. Deskripsi Responden	70
3. Deskripsi Variabel	73
B. Analisis Data	78
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	78
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	84
C. Pembahasan.....	87
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	87
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	88
3. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan	89
BAB V	91
KESIMPULAN DAN SARAN	91
A. Kesimpulan.....	91

B. Saran.....	92
1. Saran Bagi Wardah	92
2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Top Brand Index Tahun 2022	7
1.2	Top Brand Produk Wardah Tahun 2023	8
1.3	Top Brand Index Lipstik 2019-2023	9
1.4	Hasil Survei Pra-Penelitian	10
2.1	Penelitian Terdahulu	40
3.1	Operasional Variabel	57
3.2	Instrumen Skala Likert	59
4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	72
4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	72
4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	73
4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Bekerja	73
4.6	Hasil Deskripsi Variabel Kualitas Produk	74
4.7	Hasil Deskripsi Variabel Citra Merek	75
4.8	Hasil Deskripsi Variabel Promosi	76
4.9	Hasil Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	78
4.10	Hasil pengujian Convergent Validity	79
4.11	Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi)	81
4.12	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings)	83
4.13	Pengujian Discriminant Validity – Fornell Larcker	84
4.14	Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE)	84
4.15	Hasil Pengujian Composite Reliability & Cronbach's Alpha	85
4.16	Nilai R2 Variabel Endogen	85
4.17	Hasil Pengujian Hipotesis	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2. 1	Kerangka Pemikiran	52
4.1	Logo Wardah	69
4.2	Hasil Alogaritma PLS	80
4.3	Hasil Alogaritma PLS (modifikasi)	82
4.4	Hasil Uji Bootstrapping	86



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuisisioner Penelitian	103
2	Hasil Pengisian Kuisisioner	109
3	Hasil Analisis	123
4	Diagram	127

