



**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN DAN
KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**

SKRIPSI

**"Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen"**

Oleh

LELI INAYATUL HUDA

41216025

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH PERSEPSI KUALITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Oleh

Nama : **Leli Inayatul Huda**
Nim : **41216025**
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomika Dan Bisnis
Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi Pada Tanggal 13 September 2020.

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ketua Tim Penguji / Pembimbing

Dr. Sutarmin, S.Si., M.M

NIDN. 0621097401

Dosen Penelaah / Penguji I

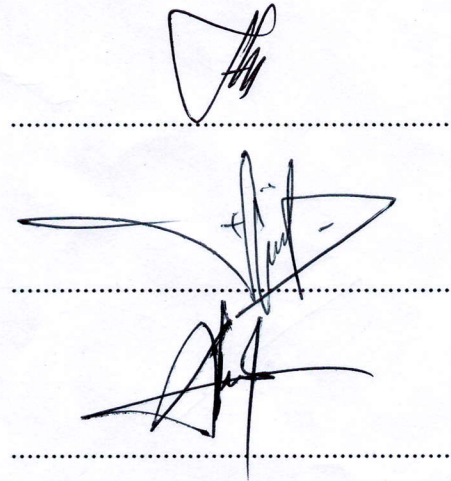
Sugeng Riyanto, SH., M.Si.

NIDN. 0611056503

Dosen Penelaah / Penguji II

Adi Susanto, S.H., S.Pd., M.M

NIDN. 0602028302

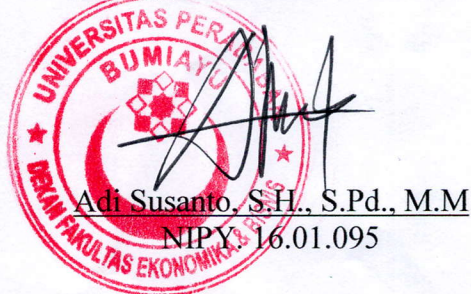


Diterima dan disahkan

Pada tanggal **23 September 2020**

Dekan

Fakultas Ekonomika Dan Bisnis



Adi Susanto, S.H., S.Pd., M.M
NIPY. 16.01.095

Ketua

Program Studi S1 Manajemen



Mukhroji, S.E., M.M
NIPY. 16.02.120

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Leli Inayatul Huda

NIM : 41216025

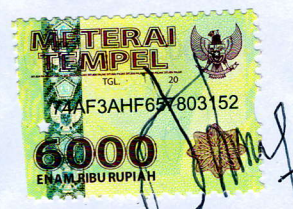
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Paguyangan, 13 September 2020

Yang membuat pernyataan



Leli Inayatul Huda
NIM. 41216025

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan Kepada Allah SWT, karena atas izin dan rahmatNya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S-1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Yahya A Muhaimin, Selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Adi Susanto., S.H., S.Pd., M.M, Selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
3. Bapak Mukhroji, SE., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
4. Bapak Dr. Sutarmin, S.Si., M.M, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran untuk mengarahkan, memberi masukan yang sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen penguji yang telah bersedia menelaah skripsi ini dan memberikan penilaian bagi hasil penelitian.

6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Terima Kasih atas pengalaman dan pengetahuan yang telah didapatkan penulis selama menyelesaikan studi ini.
7. Karyawan dan staff Universitas Peradaban yang telah memberikan pelayanan kepada mahasiswa.
8. Bapak Nur Iman dan Ibu Euis Siti Aisyah, Selaku Orang tua penulis yang tak henti-hentinya memanjatkan doa, dukungan dan cintanya kepada penulis hingga saat ini.
9. Seluruh keluarga besar yang selalu memberi semangat dan do'a kepada peneliti, sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.
10. Para responden pengguna Lipstik Purbasari *Color Matte* yang telah bersedia dijadikan responden penelitian.
11. Sahabat tercinta penulis yang sudah bersedia berbagi beban dan tawa bersama dan yang sudah memberikan banyak informasi dan mendukung peneliti terkait skripsi pengguna Lipstik Purbasari *Color Matte*.
12. Teman-teman Konsentrasi Pemasaran yang telah memberi semangat dalam proses penelitian pengguna Lipstik Purbasari *Color Matte*.
13. Teman-teman Program Studi S-1 Manajemen angkatan 2016. Terima kasih atas kebersamaan dan keceriaan selama penulis menempuh studi di Program Studi S-1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
14. Berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Peneliti memohon maaf sekiranya penyajian maupun pembahasan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan sangat berguna agar pada penulisan selanjutnya dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya, terutama untuk peneliti sendiri.

Paguyangan, September 2020

Penulis,

Leli Inayatul Huda
NIM. 41216025

ABSTRAK

Dalam lingkungan bisnis dengan tingkat persaingan yang semakin ketat, setiap perusahaan dituntut untuk dapat mempertahankan posisi daya saingnya. Salah satu upaya mempertahankan posisi daya saing adalah melalui peningkatan kepuasan pelanggan. Purbasari adalah salah satu merek lipstik yang cukup terkenal dan banyak digunakan oleh wanita. Tidak hanya itu, Purbasari memiliki aneka ragam jenis lipstik yang menyesuaikan karakter diri serta keinginan konsumennya, memiliki kualitas yang baik dengan harga relatif murah. Banyaknya produk kosmetik yang beredar khususnya produk lipstik, secara tidak langsung dapat memicu perilaku konsumen. Semakin banyak produk yang beredar, konsumen menjadi lebih selektif dan semakin informatif terhadap produk yang akan ia gunakan. Hal ini menyebabkan perusahaan dituntut untuk terus berinovasi mengeluarkan produk lipstik yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya agar loyalitas konsumen dapat tercipta. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Pengaruh persepsi kualitas terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel mediasi pada produk Lipstik Purbasari *Color Matte*. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Lipstik Purbasari *Color Matte* jumlah sampel sebanyak 110 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan analisis—*non-probability sampling* dengan menggunakan metode *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Pengumpulan data diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner yang disebar melalui sosial media. Skala penggunaan menggunakan skala Likert 7. Adapun teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis jalur (*path analys*) dan uji sobel. Hasil penelitian menemukan bahwa persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan, persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan memediasi pengaruh persepsi kualitas terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan pelanggan memediasi pengaruh persepsi kualitas terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Persepsi Kualitas, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan.

ABSTRACT

In a business environment with increasingly fierce levels of competition, every company is required to be able to maintain its competitive position. One of the efforts to maintain a competitive position is through increasing customer satisfaction. Purbasari is a lipstick brand that is quite famous and widely used by women. Not only that, Purbasari has various types of lipsticks that adapt to their character and consumer desires, have good quality at relatively low prices. The number of cosmetic products in circulation, especially lipstick products, can indirectly trigger consumer behavior. The more products circulating, consumers become more selective and more informative about the products they will use. This causes companies to be required to continue to innovate in issuing lipstick products that match their wants and needs so that consumer loyalty can be created. This study aims to explain the effect of perceived quality on customer loyalty with customer satisfaction and customer trust as a mediating variable in Purbasari Color Matte Lipstick products. This type of research uses a quantitative approach, the population in this study were users of Purbasari Color Matte Lipstick with a total sample of 110 respondents. The sampling technique in this study used non-probability analysis using accidental sampling method, namely the sampling technique based on chance. Data collection was obtained from the results of distributing questionnaires distributed through social media. The scale of use uses a Likert 7 scale. The data analysis techniques used in this study are path analysis and sobel test. The results found that perceived quality has a positive effect on customer satisfaction, perceived quality has a positive effect on customer trust, perceived quality has a positive effect on customer loyalty, customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty, customer trust has a positive effect on customer loyalty, customer satisfaction has a positive effect on perceived quality. on customer loyalty, customer trust mediates the effect of perceived quality on customer loyalty.

Keywords: Perception of Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Customer Trust.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II. TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL	
PENELITIAN	10
A. Telaah Pustaka	10
B. Perumusan Model Penelitian	16
BAB III. METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	24
A. Metode Penelitian	24
B. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
B. Analisis Data dan Pembahasan	45
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Survei Merek Kosmetik Indonesia.....	4
Tabel 2. Daftar Harga Lipstik Purbasari <i>Color Matte</i>	5
Tabel 3. Definisi Operasional	28
Tebel 4. Gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin.....	44
Tabel 5. Gambaran umum responden berdasarkan pendidikan	44
Tabel 6. Jawaban responden variabel persepsi kualitas (X1)	45
Tabel 7. Jawaban responden variabel kepuasan pelanggan (Z1)	47
Tabel 8. Jawaban Responden variabel kepercayaan pelanggan (Z2).....	48
Tabel 9. Jawaban Responden variabel loyalitas pelanggan (Y).....	49

Tabel 10. Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 12. Hasil Regresi Pertama.....	52
Tabel 13. Hasil Persamaan Regresi pertama.....	53
Tabel 14. Hasil Regresi Kedua.....	54
Tabel 15. Hasil Persamaan Regresi Kedua	54
Tabel 16. Hasil Regresi Ketiga	55
Tabel 17. Hasil Persamaan Regresi Ketiga	56
Tabel 18. Bahan uji sobel.....	58
Tabel 19. Hasil Uji Normalitas <i>kolmogorof-smirnow</i>	63
Tabel 20. Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 21. Hasil Uji Heteroskedastisitas	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Preferensi Merek Kosmetik Konsumen Indonesia.....	3
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 3. Diagram Jalur persamaan regresi pertama	53
Gambar 4. Diagram Jalur Persamaan Regresi Kedua	55
Gambar 5. Diagram Jalur Persamaan Regresi Ketiga.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	80
Lampiran 2. Tabulasi Data Persepsi Kualitas	83
Lampiran 3. Tabulasi Data Kepuasan pelanggan.....	86
Lampiran 4. Tabulasi Data Kepercayaan Pelanggan	89
Lampiran 5. Tabulasi Data Loyalitas Pelanggan	92
Lampiran 6. Hasil Uji Variabel Persepsi Kualitas	95

Lampiran 7. Hasil Uji Variabel Kepuasa Pelanggan	97
Lampiran 8. Hasil Uji Variabel Kepercayaan Pelanggan	99
Lampiran 9. Hasil Uji Variabel Loyalitas Pelanggan	101
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas, Kepuasan pelanggan, Kepercayaan pelanggan dan Loyalitas pelanggan.....	103
Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kualitas, Kepuasan pelanggan, Kepercayaan pelanggan dan Loyalitas pelanggan.....	105
Lampiran 12. Hasil Regresi Linier Berganda (X1 ke Z1).....	106
Lampiran 13. Hasil Regresi Linier Berganda (X1 ke Z2).....	107
Lampiran 14. Hasil Regresi Linier Berganda (X1-Z1-Z2-Y)	108
Lampiran 15. Hasil Uji F	109
Lampiran 16. Hasil Uji T	110
Lampiran 17. Hasil Uji Normalitas dan P-Plot	111
Lampiran 18. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	112
Lampiran 19. Hasil Uji Multikolinieritas.....	113
Lampiran 20. Riwayat Hidup Penulis	114