

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

(Kasus Pelanggan Kosmetik Make Over di Yogyakarta)

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE PERCEPTION ON  
CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE***

*(Case Of Make Over Cosmetic Customer In Yogyakarta)*



**DISUSUN OLEH:**

**NIZLA DZAKIRATUL RISKY**

**20180410283**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVESITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA 2022**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Nizla Dzakhiratul Risky

Nomor Mahasiswa : 20180410283

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI ( Kasus pelanggan kosmetik Make Over di Yogyakarta), tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya, atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini terdapat karya atau pendapat orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 18 Maret 2022



Nizla Dzakhiratul Risky

## **PERSEMBAHAN**

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Kesehatan, kemudahan serta rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi. Penulis sadar bahwa tanpa bantuan orang-orang terkasih, skripsi ini akan jauh dari kata selesai. Untuk itu, dengan segenap rasa syukur penuh kasih dan sayang, penulis persembahkan rasa syukur kepada:

1. Ayah Mujiono, S.Pd., MM dan Ibu Tujiyem S. Pd yang sudah bersusah payah membesarkan dan mendidik saya serta selalu mendoakan saya, memberikan semangat dan dukungan penuh serta selalu menyayangi saya dengan segenap rasa cinta.
2. Saudara kandung penulis, Kak Eka Oktiana mufti, kak Singgih Rafsanjani, terimakasih telah menjadi penyemangat dan motivasi dalam kelancaran skripsi ini.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE,MM.terimakasih telah menjadi dosen pembimbing terbaik yang telah membimbing serta memberi masukan dan saran pada skripsi ini, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
4. Untuk sahabat karib penulis, Dewi, Fatma, Maurina, Krismiyati, Puput, Nazah, Rosi, Dyah, Resty yang selama ini memberikan cerita susah dan senang selama 4 tahun berkuliah.
5. Sahabat dan orang-orang terdekat penulis, Neneng, Dhea, Hikmah, Fajriw, Ninda, Risa, Ayu Afri, yang telah memberikan motivasi, semangat serta tempat berkeluh kesah sehingga penulis menjadi sosok yang lebih baik, sabar dan berhasil melewati semua rintangan dan hambatan.
6. Sahabat satu peminatan Manajemen Pemasaran, Mayang, Deut, Nanda, Taufik, Andy, Galuh, Delvi, Febi yang selalu memberikan bantuan, dukungan, dan

masuk, sehingga penulis selalu merasa semangat dan tidak sendirian dalam berjuang menyelesaikan skripsi ini.

7. Teman-teman HIMAMA 2019-2021 yang telah memberikan pengalaman berharga dan keluarga baru sehingga penulis mendapatkan banyak pembelajaran yang bermakna.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Kasus pelanggan kosmetik Make Over di Yogyakarta)”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan Terima Kasih kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, SE., M.Sc., M.Si., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si., sebagai Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan serta kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.

3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan masukan dan bimbingan dengan rasa sabar selama proses penyelesaian skripsi.
4. Ayah dan Ibu yang senantiasa memberikan semangat doa serta perhatian penuh kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Semua sahabat dan orang-orang terdekat penulis yang selalu mendukung, memberikan doa serta memberikan semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
6. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, kemudahan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran serta pengembangan peneliti selanjutnya sangat diperlukan.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 18 Maret 2022



Nizla Dzakiratul Risky

## DAFTAR ISI

<b>PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASN PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI</b> .....	<b>ii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	<b>5</b>
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>6</b>
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	<b>6</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
<b>A. Landasan Teori</b> .....	<b>8</b>
<b>1. Kualitas Produk</b> .....	<b>8</b>
<b>2. Persepsi harga</b> .....	<b>9</b>
<b>3. Kepuasan Pelanggan</b> .....	<b>9</b>
<b>4. Loyalitas Pelanggan</b> .....	<b>10</b>
<b>B. Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>11</b>
<b>C. Pengembangan Hipotesis</b> .....	<b>14</b>
<b>1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan</b> .....	<b>14</b>
<b>2. Pengaruh Persepsi harga terhadap Kepuasan Pelanggan</b> .....	<b>15</b>
<b>3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan</b> .....	<b>15</b>
<b>4. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan</b> .....	<b>16</b>
<b>5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan</b> .....	<b>16</b>
<b>6. Pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan</b> .....	<b>17</b>

7. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan .....	18
D. Model Penelitian .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
A. Objek dan Subjek Penelitian .....	20
1. Objek Penelitian .....	20
2. Subjek penelitian .....	20
B. Jenis Data .....	20
C. Teknik Pengambilan Sampel .....	20
D. Teknik Pengumpulan Data .....	21
E. Definisi Operasional Variabel .....	21
1. Variabel Eksogen (bebas) .....	22
2. Variabel Endogen (terikat) .....	23
3. Variabel intervening (Mediasi) .....	23
F. Uji Kualitas Instrumen dan Data .....	24
1. Uji Validitas .....	24
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	25
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....	29
B. Hasil Penyebaran Kuisioner .....	30
C. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	30
D. Uji Kualitas Instrumen dan Data .....	30
E. Statistika Deskriptif .....	34
1. Tabel Kualitas Produk .....	35
2. Tabel Persepsi Harga .....	36
3. Tabel Kepuasan pelanggan .....	36
4. Tabel Loyalitas pelanggan .....	37
F. Hasil Penelitian .....	38
H. Pembahasan .....	57
<b>BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN .....</b>	<b>63</b>
A. Simpulan .....	63
B. Keterbatasan Penelitian .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>





## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian terdahulu .....	11
Tabel 3. 1 Indikator variabel <i>eksogen</i> .....	34
Tabel 3. 2 Variabel <i>endogen</i> (terikat).....	35
Tabel 3. 3 Indikator variabel <i>intervening</i> / mediasi.....	36
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran Kuisisioner .....	42
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden.....	42
Tabel 4. 3 Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	43
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 4. 5 Interpretasi kelas interval .....	46
Tabel 4. 6 Statistik deskriptif kualitas produk.....	47
Tabel 4. 7 Statistic deskriptif variabel persepsi harga.....	48
Tabel 4. 8 Statistic deskriptif variabel kepuasan pelanggan.....	49
Tabel 4. 9 Statistic deskriptif variabel loyalitas pelanggan .....	49
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Outliers.....	55
Tabel 4. 12 <i>Computation of Degrees of Freedom (Default Model)</i> .....	57
Tabel 4. 13 Hasil uji <i>Goodness of fit</i> .....	58
Tabel 4. 14 Hasil RMSEA.....	59
Tabel 4. 15 Hasil GFI.....	60
Tabel 4. 16 Hasil AGFI.....	60
Tabel 4. 17 Hasil CMIN/DF.....	61
Tabel 4. 18 Hasil TLI .....	62
Tabel 4. 19 Hasil CFI.....	62
Tabel 4. 20 Ringkasan hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung.....	63
Tabel 4. 21 Hasil <i>Standardized Direct Effects</i> .....	67
Tabel 4. 22 Hasil <i>Standardized Indirect Effectsts</i> .....	68
Tabel 4. 23 Ringkasan hasil pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung.....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	19
Gambar 4. 1 Digram Jalur untuk SEM .....	51
Gambar 4. 2 Model Pengukuran .....	52
Gambar 4. 3 Hasil dari <i>degree freedom</i> .....	54