



PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *PRICE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK IMPLORA DI KABUPATEN KUDUS)

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

EKA JULIA WULANDARI

NIM 201811095

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *PRICE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK IMPLORA DI KABUPATEN KUDUS)

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh:

EKA JULIA WULANDARI

NIM 201811095

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *PRICE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK IMPLORA DI KABUPATEN KUDUS)

Nama : Eka Julia Wulandari

NIM : 201811095

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2024

Pembimbing I



(Dr. Supriyono, S.E., M.M.)

NIDN. 0614037104

Pembimbing II



(Mira Meilia Marka, S.E., M.M.)

NIDN. 0606058801

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)

NIDN. 0024037701

PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *PRICE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK IMPLORA DI KABUPATEN KUDUS)

Nama : Eka Julia Wulandari

NIM : 201811095

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2024

Mengetahui,

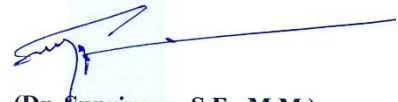
Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)

NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Dr. Supriyono, S.E., M.M.)

NIDN. 0614037104

Mengetahui,



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.)

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Mira Meilia Marka, S.E., M.M.)

NIDN. 0606058801

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Janganlah engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita”

(QS. At-Taubah 9:40)

Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda.
Cuma sekiranya kalau teman-teman merasa gagal dalam mencapai mimpi
jangan khawatir mimpi-mimpi lain bias diciptakan

(Windah Basudara)

Orang tua di rumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan,
jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan
perjuangan mereka menghidupimu.

(Ika df)

Persembahan:

1. Allah SWT.
2. Kedua Orang Tua tercinta yaitu Bapak Jumadi dan Ibu Ristiyani
3. Adik saya Safira Ratna Sevani
4. Teman-teman yang selalu memberikan doa dan dukungan
5. Kupersembahkan skripsi ini untuk yang selalu bertanya “Kapan skripsimu selesai?”

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya kepada kita semua khususnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan skripsi yang berjudul “**PENGARUH PRODUCT QUALITY DAN PRICE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK IMPLORA DI KABUPATEN KUDUS)**”, yang disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa ridho dari Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak yang ikut serta mendukung, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan rendah hati mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Supriyono, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya serta memberikan bimbingan,

masukan, kritik dan saran yang sangat berguna sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini

5. Mira Meilia Marka, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya serta memberikan bimbingan, masukan, kritik dan saran yang sangat berguna sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberi banyak bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
7. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Jumadi dan Ibu Ristiyan. Orang tua hebat saya yang selalu memberikan semangat serta menjadi sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tiada henti-hentinya mendoakan, memberikan kasih sayang, perhatian, motivasi, nasihat serta dukungan baik secara moral maupun finansial dengan ikhlas. Terimakasih untuk selalu berada disisi saya dan menjadi alasan saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini hingga memperoleh gelar sarjana.
8. Teruntuk adik saya tercinta Safira Ratna Sevani. Terimakasih yang tak terhingga untuk segala bentuk dukungan, semangat, serta tiada henti mendoakan saya dengan ikhlas sehingga skripsi ini mampu terselesaikan.
9. Teruntuk sahabat-sahabatku tersayang Rafika Suraya, Abu Cholik, Irfan Noor Adha, Muhamad Yunus, Fuji Astuti, Erika, Sari, Vera, teman-teman Kedung Coffee serta teman-teman lainnya yang telah menjadi bagian dari

hidup saya, yang senantiasa memberikan semangat, doa, bantuan dan dorongan.

10. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu yang membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan tulus sampai akhir.

11. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Eka Julia Wulandari. Yang sudah berjuang menyelesaikan studi hingga sejauh ini, dan mampu mengendalikan diri meski banyak tekanan dari luar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terapat banyak kekurangan. Dengan hal ini segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan oleh penulis agar dapat menyempurnakan skripsi ini. Demikian skripsi ini saya buat, semoga dapat bermanfaat bagi para pembaca dan yang berkepentingan lainnya.

Kudus, 2024

Penulis

Eka Julia Wulandari

PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *PRICE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK IMPLORA DI KABUPATEN KUDUS)

Eka Julia Wulandari

NIM 201811095

Pembimbing: 1. Dr. Supriyono, S.E., M.M.
2. Mira Meilia Marka, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *product quality* dan *price* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel intervening (studi kasus pada konsumen produk Implora di Kabupaten Kudus). Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini diambil dari seluruh konsumen produk Implora Kosmetik yang ada di Kabupaten Kudus dengan sampel yang digunakan berjumlah 125 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah menggunakan *software SEM AMOS 24*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *product quality* dan *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada konsumen produk Implora Kosmetik yang ada di Kabupaten Kudus. *Customer satisfaction* tidak mampu memediasi *product quality dan price* terhadap *customer loyalty* pada konsumen produk Implora Kosmetik yang ada di Kabupaten Kudus.

Kata Kunci: *product quality, price, customer satisfaction, dan customer loyalty.*

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER
LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN
INTERVENING VARIABLE**

(Case Study on Consumers of Implora Products In Kudus Regency)

Eka Julia Wulandari

NIM 201811095

Supervisors: 1. Dr. Supriyono, S.E., M.M.
2. Mira Meilia Marka, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINEESS DEPARTMENT OF
MANAGEMENT**

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product quality and price on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable (case study on consumers of Implora products in Kudus Regency). This study uses a quantitative approach method. The population in this study was taken from all consumers of Implora Cosmetics products in Kudus Regency with a sample of 125 respondents. The technique used in sampling uses the Non-Probability Sampling thecnique with the Purposive Sampling methid. Data collection uses aquestionnaire processed using SEM AMOS 24 software. The results of this study show that product quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction and customer loyalty. Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyaltyin consumers of Implora Cosmetics products in Kudus Regency. Customer satisfaction is unable to mediated product quality and price to customer loyalty to consumers of Implora Cosmetics products in Kudus Regency.

Keywords: product quality, price, customer satisfaction, dan customer loyalty.

DAFTAR ISI

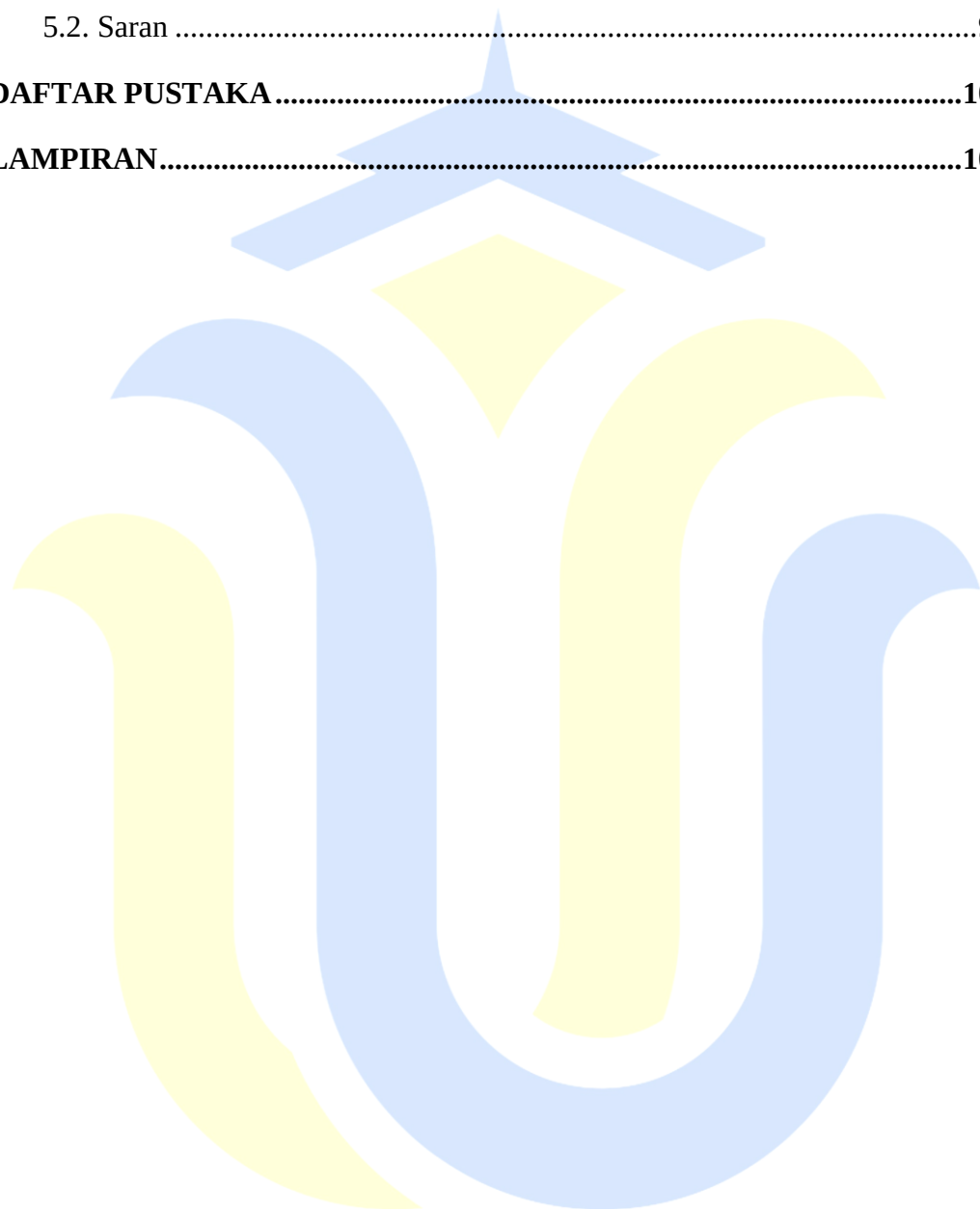
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup.....	13
1.3. Perumusan Masalah	14
1.4. Tujuan Penelitian	15
1.5. Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1. <i>Product Quality</i>	17
2.1.1. Pengertian <i>Product Quality</i>	17
2.1.1. Dimensi <i>Product Quality</i>	19
2.1.3. Indikator <i>Product Quality</i>	20
2.2. <i>Price</i>	21
2.2.1. Pengertian <i>Price</i>	21
2.2.2. Indikator <i>Price</i>	24

	Halaman
2.3. <i>Customer Satisfaction</i>	24
2.3.1. Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	24
2.3.2. Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.4. <i>Customer Satisfaction</i>	27
2.4.1. Pengertian <i>Customer Loyalty</i>	27
2.4.2. Indikator <i>Customer Loyalty</i>	29
2.5. Pengaruh Antar Variabel.....	29
2.5.1. Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	29
2.5.2. Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	30
2.5.3. Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	31
2.5.4. Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	32
2.5.5. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	33
2.6. Penelitian Terdahulu	34
2.7. Kerangka Pemikiran Teoritis	37
2.8. Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1. Rancangan Penelitian.....	39
3.2. Variabel Penelitian.....	40
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	44
3.5. Populasi dan Sampel	45
3.6. Pengumpulan Data	46
3.7. Uji Validitas dan Reabilitas	47

	Halaman
3.8. Pengolahan Data	49
3.9. Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1 Profil Implora	56
4.2. Penyajian Data	58
4.2.1. Karakteristik Responden.....	58
4.2.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
4.2.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.2.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
4.2.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	61
4.2.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	62
4.2.2.1. Variabel <i>Product Quality</i> (X1).....	62
4.2.2.2. Variabel <i>Price</i> (X ₂).....	63
4.2.2.3. Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y ₁).....	64
4.2.2.4. Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y ₂).....	65
4.3. Analisis Data	66
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.	66
4.3.3.1. <i>Convergent Validity</i>	67
4.3.3.2. <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	68
4.3.3.3. <i>Discriminant Validity</i>	68
4.3.3.4. <i>Construct Reliability</i>	69
4.3.2. Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM.....	70

	Halaman
4.3.2.1. Uji Normalitas	70
4.3.2.2. Uji Outliers.....	71
4.3.2.3. Uji Multikolinieritas.....	72
4.3.3. Analisis Kriteria <i>Goodness Of Fit</i>	72
4.3.3.1. Validitas <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Variabel Eksogen (X).....	72
4.3.3.1. Validitas <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Variabel Endogen (Y)	75
4.3.4. Hasil <i>Full Measurement</i>	78
4.3.5. Pengujian Hipotesis.....	81
4.3.6. Besarnya Pengaruh Total (<i>Total Effect</i>).....	85
4.3.7. Uji Mediasi.....	85
4.4. Pembahasan.....	86
4.4.1. Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	86
4.4.2. Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	87
4.4.3. Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	89
4.4.4. Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	90
4.4.5. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	92
4.4.6. Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	93
4.4.7. Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	94

	Halaman
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1. Kesimpulan	96
5.2. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	106



DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 1.1. Keluhan Konsumen Terhadap Lips Produk Implora	8
Table 1.2. Perbandingan Harga Produk Implora dengan Produk Pesaing	10
Tabel 3.1. Index Kesesuaian Model.....	52
Table 4.1. Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Table 4.2. Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	59
Table 4.3. Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	60
Table 4.4. Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	61
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel <i>Product Quality</i>	62
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel <i>Price</i>	63
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	64
Tabel 4.8. Frekuensi Variabel <i>Customer Loyalty</i>	65
Tabel 4.9. Hasil Uji <i>Converegent Validity</i>	67
Tabel 4.10. Uji <i>Average Variance Exctracted (AVE)</i>	68
Tabel 4.11. Hasil Discriminant Validity	68
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4.13. Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4.14. Hasil Uji <i>Outlier</i>	71
Tabel 4.15. Evaluasi Kriteria <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan.....	73
Tabel 4.16. Evaluasi Kriteria <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan.....	75
Tabel 4.17. Evaluasi Kriteria <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan.....	76

Tabel 4.18. Evaluasi Kriteria <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen Setelah Perbaikan.....	78
Tabel 4.19. Evaluasi Kriteria <i>Goodness Of Fit</i> SEM.....	79
Tabel 4.20. Hasil Estimasi Standardized Regression Weight	80
Tabel 4.21. Koefisien Determinasi (<i>Square Multiple Correlation</i>)	81
Tabel 4.22. Hasil Pengujian Hipotesis	82
Tabel 4.23. Besarnya Pengaruh Total (<i>Total Effect</i>).....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Prediksi Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	38
Gambar 4.1. Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan.	73
Gambar 4.2. Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen Setelah Perbaikan ...	74
Gambar 4.3. Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	76
Gambar 4.4. Hasil Analisis Konfirmatori Variabel Endogen Setelah Perbaikan ..	77
Gambar 4.5. Hasil Analisis Full Measurement	79