

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, FITUR DAN DESAIN TERHADAP
LOYALITAS MEREK DENGAN MENGGUNAKAN
KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Kasus Kosmetik Wardah Di PCC Ponorogo)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Uvika Andayani
NIM : 13413260
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh kualitas produk, fitur dan desain terhadap loyalitas merek dengan menggunakan kepuasan sebagai variabel mediasi (kasus kosmetik wardah di PCC Ponorogo)
Nama : Uvika Andayani
NIM : 13413260
ProgamStudi : Manajemen


Isi dari format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat-syarat diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 21 Agustus 2017

Pembimbing I


Hadi Sumarsono, SE, M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

Pembimbing II


Drs. Ec. Purwanto, MM
NIK.19531024 199309 14

Mengetahui,


Dekan Fakultas Ekonomi


Titi Rapni, SE, MM
NIP. 19630505 199003 2 003

DosenPenguji


Hadi Sumarsono, SE, M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002


Naning Kristivana, SE, MM
NIK. 19750921 200309 14


Edi Santoso, SE, MM
NIK. 19740311 200103 12

RINGKASAN

Manusia pada hakikatnya memiliki banyak kebutuhan untuk menjaga kelangsungan hidupnya, salah satunya kosmetik yang merupakan kebutuhan wanita, hal tersebut akan menciptakan potensi pasar yang sangat besar di industri kosmetik, konsumen dalam melakukan pembelian produk biasanya melihat dulu atribut produk yang ditawarkan seperti kualitas produk, fitur, dan desain.

PT Paragon Teknologi and Innovation adalah salah satu perusahaan yang memproduksi kosmetik. Dilihat dari data top brand penjualan kosmetik wardah selalu mengalami pertumbuhan setiap tahunnya, pertumbuhan pada tahun 2014 13,0%, tahun 2015 14,9% dan tahun 2016 naik 15,5% dapat diketahui kenaikan pada tahun 2014 ke tahun 2015 lebih tinggi dibandingkan kenaikan pada tahun 2015 ke 2016. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh antara atribut produk (kualitas produk, fitur, dan desain) dengan kepuasan sebagai variabel mediasi terhadap loyalitas merek wardah di PCC Ponorogo.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna kosmetik wardah di PCC Ponorogo. Sampel dihitung menggunakan rumus Slovin diperoleh sebanyak 70 responden. Metode analisis data penelitian ini menggunakan *path analysis* dengan tingkat signifikan sebesar 5%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial atribut produk yaitu kualitas produk dan desain tidak berpengaruh secara langsung maupun melalui kepuasan sebagai variabel mediasi tetapi fitur berpengaruh positif secara langsung maupun melalui kepuasan. Serta kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas merek. Simpulan dari penelitian ini adalah konsumen dalam membeli sebuah produk tidak hanya melihat kualitas dan desainnya karena menurut mereka kualitas dan juga desain wardah hampir sama dibanding kosmetik yang lain, dan fitur merupakan salah satu penentu loyalitas merek karena fitur yang bagus akan menciptakan loyalitas merek, jadi semakin tinggi fitur yang dimiliki maka akan meningkatkan loyalitas merek.

Kata Kunci: kualitas produk, fitur, desain, Kepuasan konsumen, Loyalitas Merek.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil al-'alamin.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah senantiasa menganugerahkan segala nikmat dan rahmat serta kekuatan lahir dan batin kepada penulis, sehingga pada saat ini penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh kualitas produk, fitur dan desain terhadap Loyalitas Merek dengan Menggunakan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (studi pada kosmetik Wardah di PCC Ponorogo)”** Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, bersama keluarga dan seluruh sahabat-sahabatnya serta orang-orang yang selalu taat perintah-Nya.

Penulis menyadari bahwa banyak sekali hambatan yang dilalui dalam proses penyusunan skripsi ini. Tetapi atas bantuan serta dorongan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, arahan, dukungan moril maupun materil, akhirnya hambatan tersebut dapat terlewati sehingga tersusunlah skripsi ini meskipun masih jauh dari kata sempurna. Dengan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tulus kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. Sulton, Msi, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Dra, Umi Farida, MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Hadi Sumarsono, SE, Msi selaku Dosen pembimbing I yang telah menyisihkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan serta mendidik penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Drs. Ec. Purwanto, MM selaku Dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
7. Seluruh Staf tata usaha dan karyawan yang telah membantu dalam pengurusan ijin penelitian skripsi.
8. Ibu dan Bapak yang selalu memberikan motivasi, nasihat, semangat, doa yang tiada henti.
9. Dikeawan yang sudah setia mendukung dan memotivasi saya.
10. Teman-tamanku angkatan 2013 Jurusan Manajemen, khususnya manajemen E yang telah memberikan bantuan pemikiran, dorongan dan do'anya selama penyusunan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT membalas semua kebajikannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karenanya penulis menerima kritik dan saran membangun guna perbaikan dan penyempurnaan.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca serta pihak-pihak yang membutuhkan *Amin Yarabb al-'alamin*.

Ponorogo, 21 Agustus 2017

Penulis

(Uvika Andayani)

NIM. 13413260

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

Give More , Expect Less Hope For The Best

Persembahan :

Waktu yang sudah kujalani dengan jalan hidup yang sudah menjadi takdirku, sedih, bahagia, dan bertemu orang –orang yang memberiku sejuta pengalaman, yang telah memberi warna-warni kehidupanku. Sujud syukurku kusembahkan kepadamu Tuhan yang Maha Agung nan Maha Tinggi nan Maha Adil nan Maha Penyayang. Lantunan Al-fatihah beriringi Shalawat dalam silahku merintah, menadahkan do'a dalam syukur yang tiada terkira, terima kasihku untukmu. Kupersembahkan sebuah karya kecil ini untuk kedua orang tuaku terutama untuk ibuku tercinta, yang tiada pernah henti selama ini memberiku semangat, do'a, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat walau kadang rapuh menjalani setiap rintangan yang ada didepanku tak lupa selalu aku do'akan supaya engkau diberikan umur panjang, sehat, dimudahkan dalam segala urusan dunia dan akhirat amin.

We always loving you.....

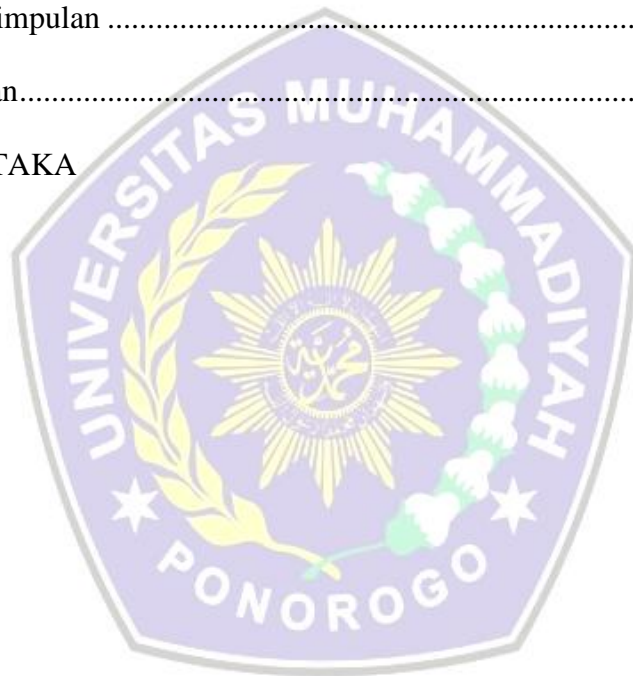
DAFTAR ISI

	halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian.....	vi
Motto dan Persembahan.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Perumusan Masalah.....	1
1.3.Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1.Tujuan Penelitian	7
1.3.2.Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Pemasaran.....	9
2.1.2. Bauran Pemasaran	11
2.1.3. Produk	13
2.1.4. Lima tingkatan produk	15

2.1.5. Klasifikasi produk	16
2.1.6. Atribut Produk.....	17
2.1.7. Pendekatan atribut produk.....	19
2.1.7.1. Pengertian kualitas	20
2.1.7.2. Kualitas produk	21
2.1.7.3. Fitur Produk	22
2.1.7.4. Desain Produk	24
2.1.8. Proses Keputusan Pembelian	26
2.1.9. Kepuasan Konsumen.....	27
2.1.9.1. Manfaat Kepuasan konsumen.....	30
2.1.10. Loyalitas Merek (<i>brand loyalty</i>).....	32
2.1.10.1. Jenis-jenis Loyalitas	34
2.1.10.2. Tahap-tahap pertumbuhan loyalitas	35
2.1.10.3. Fungsi loyalitas Merek bagi perusahaan	36
2.2. Penelitian Terdahulu	37
2.3. Kerangka Pemikiran.....	39
2.4. Hipotesis	41
2.4.1. Perumusan hipotesis.....	42
BAB III. METODE PENELITIAN	47
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	47
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	47
3.3. Metode Pengambilan Data	49
3.3.1. Sumber Data.....	49

3.3.2. Teknik Pengambilan Data	49
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	50
3.4.1. Variabel Bebas	51
3.4.2. Variabel Mediasi.....	53
3.4.3. Variabel terikat.....	54
3.5. Uji Instrumen	54
3.5.1. Uji Validitas	54
3.5.2. Uji Reliabilitas	55
3.6. Metode Analisis Data	55
3.6.1 Analisis Jalur	55
3.7. Uji Hipotesis	58
3.7.1. Uji T.....	58
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1. Hasil Penelitian	59
4.1.1. Gambaran Umum PT Paragon Technology and Innovation	59
4.1.2. Gambaran umum Gerai Wardah di PCC Ponorogo	61
4.1.3. Visi Misi Perusahaan.....	62
4.1.3.1. Visi.....	62
4.1.3.2. Misi	62
4.1.4. Struktur Organisasi	63
4.1.5. Karakteristik responden.....	64
4.1.6. Deskriptif jawaban responden.....	68

4.1.7. Uji instrument penelitian.....	74
4.1.7.1. Validitas dan Reliabilitas.....	74
4.1.8. Uji hipotesis	80
4.1.8.1. Uji T.....	80
4.1.9. Analisis Jalur	85
4.2. Pembahasan.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1. Kesimpulan	96
5.2. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

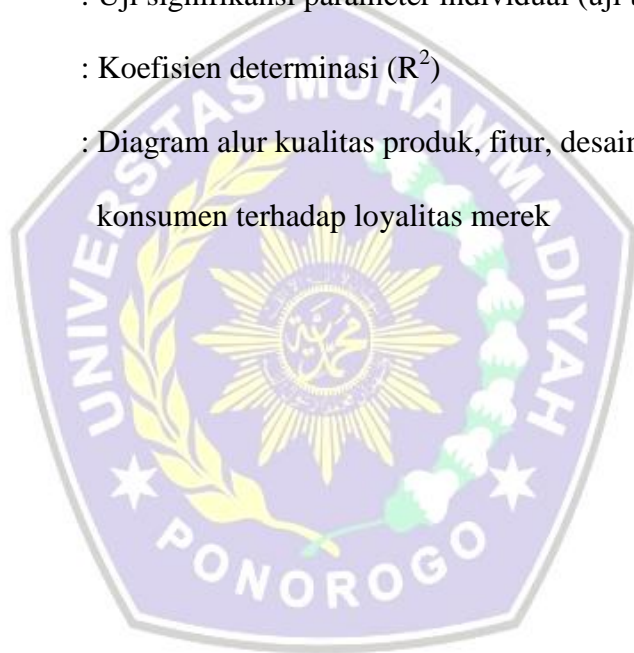


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Data Top Brand penjualan kosmetik
Tabel 2.1	: Penelitian terdahulu
Tabel 3.1	: Skala penilaian
Tabel 4.1	: deskripsi usia responden
Tabel 4.2	: status responden
Tabel 4.3	: pekerjaan responden
Tabel 4.4	: varian kosmetik responden
Tabel 4.5	: lama penggunaan responden
Tabel 4.6	: deskripsi frekuensi pembelian
Tabel 4.7	: frekuensi identifikasi jawaban responden kualitas produk
Tabel 4.8	: frekuensi identifikasi jawaban responden fitur
Tabel 4.9	: frekuensi identifikasi jawaban responden desain
Tabel 4.10	: frekuensi identifikasi jawaban responden kepuasan
Tabel 4.11	: frekuensi identifikasi jawaban responden loyalitas merek
Tabel 4.12	: hasil pengujian validitas indikator kualitas produk
Tabel 4.13	: hasil pengujian validitas indikator fitur
Tabel 4.14	: hasil pengujian validitas indikator desain
Tabel 4.15	: hasil pengujian validitas indikator kepuasan
Tabel 4.16	: hasil pengujian validitas indikator loyalitas merek
Tabel 4.17	: inteprestasi hasil analisis jalur
Tabel 4.18	: hasil analisis pengaruh langsung dan tidak langsung

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 : Kerangka berpikir
- Gambar 3.1 : Model analisis jalur
- Gambar 4.1 : Struktur organisasi
- Gambar 4.2 : Uji signifikansi parameter individual (uji t)
- Gambar 4.3 : Koefisien determinasi (R^2)
- Gambar 4.4 : Uji signifikansi parameter individual (uji t)
- Gambar 4.5 : Koefisien determinasi (R^2)
- Gambar 4.6 : Diagram alur kualitas produk, fitur, desain dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisoner
2. Tabulasi kuisoner
3. Uji Validitas
4. Uji Reliabilitas
5. Uji Path
6. Berita Acara

