

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN NILAI PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi kasus : Pada Pengguna Make Over di Kota Padang)**

SKRIPSI
Program Studi Manajemen

*Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Strata Satu (S-1)*



RAGITA DWI OKTARI

1610011211151

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNGHATTA
2022**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Ragita Dwi Oktari
NPM : 1610011211151
Program Study : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Make Over Di Kota Padang)

Telah disetujui skripsinya dengan sesuai prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan telah dinyatakan LULUS dalam ujian komprehensif pada hari Jumat, 11 Februari 2022.

Padang, 4 Maret 2022

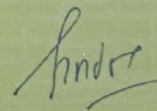
Disetujui oleh :

PLT Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta

Pembimbing



Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si.



Lindawati, S.E., M.Si

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, **Ragita Dwi Oktari, NPM. 1610011211151** menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Pengaruh Kualitas Produk dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta, yang saya terima dapat dibatalkan/dicabut.

Padang, 1 Maret 2022
Yang Membuat Pernyataan

Ragita Dwi Oktari
NPM. 1610011211151

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis telah dapat menyelesaikan laporan tugas akhir hasil penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengguna Make Over Di Kota Padang)”**. Skripsi disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam rangka menempuh ujian komprehensif sarjana dan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta Padang.

Dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada orang-orang yang telah memberikan kontribusi dan motivasi kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penelitian, dan penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT (ini adalah rahmat dan anugerah yang paling berarti dalam hidup penulis, Allah yang selalu mempermudah dan melancarkan semua urusan-urusan perkuliahan sehingga menjadikan penulis sebagai Sarjana Ekonomi dan manusia yang berakal dengan menjadikan Al-Qur'an sebagai pedoman hidup).

2. Orang tua tercinta, terutama kepada ibunda tersayang Erti dan ayahanda Erizal selalu men *support* penulis, memberikan motivasi, baik dalam segi moril maupun materil dan semangat yang tiada hentinya serta dukungan bagi penulis baik dalam pembuatan skripsi maupun perkuliahan penulis.
3. Keluarga besar tercinta, terutama saudara kandung Jefri Erizona, Annisa Srimeidya dan Luhur Budianda yang telah memberikan semangat, kasih sayang serta selalu mengingatkan demi kelancaran pendidikan penulis di Universitas Bung Hatta.
4. Ibu Dr. Erni febrina harahap, S.E., M.Si selaku Dekan dan ibu Herawati, S.E., M.Si, Ak, CA selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
5. Ibu Lindawati, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Bapak Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
6. Ibu Lindawati, S.E., M.Si selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan juga pikiran dalam memberikan bimbingan baik berupa pemahaman, petunjuk, maupun saran-saran atau pendapat yang sangat penulis butuh dalam penelitian ini.
7. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan dan para karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan dan kelancaran penyusunan skripsi ini.

8. Teman special saya I Komang Adi Parta Subagia yang selalu memberikan dukungan dan nasehat di setiap baik dan buruk proses yang saya alami selama berjuang untuk menyelesaikan kuliah ini.
9. Sahabat-sahabat yang saya cintai (Mita, Wenny, Nema, Numik, Ecak, Aim, Harba, Dandi, Putri, Nia, Fira, Amid dan Dicky) yang selalu men *support* saya, membantu dan selalu menyemangati saya dalam membuat skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan (jeanie, Iqbal, dan Riko) yang sama-sama berjuang, menemani dan telah banyak membantu penulis dalam membuat skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat Manajemen angkatan 2016 yang telah bersama-sama bahu membahu dalam suka dan duka selama perkuliahan semoga semua yang kita perbuat menjadi kenangan dan pengajaran dimasa yang akan datang.
12. Bacarito kopi dan seluruh stafnya yang selalu menjadi tempat saya mengerjakan skripsi ini.
13. Pihak lain yang tidak sempat penulis cantumkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis selama ini. Kalian sudah penulis simpan dalam kenangan terindah.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga banyak terdapat kekurangan di dalam penulisan skripsi. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun

dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi kita semua, terimakasih.

Padang, 1 Maret 2022

Ragita Dwi Oktari

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN NILAI PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MAKE OVER DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Pelanggan Make Over di Kota Padang)**

Ragita Dwi Oktari¹, Linda Wati²

1 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

2 Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung
Hatta

E-mail: regitaoktari94@gmail.com, lindawati@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Make Over di kota Padang yang berjumlah sebanyak 80 responden. Metode analisa data dalam penelitian ini adalah PLS dan SPSS. Hipotesis dalam penelitian ini di uji dengan menggunakan metode analisis meliputi: *Measurement Model Assessment*, *Analisis Deskriptif*, *R Square*, *Q square* dan *Structural Model Assessment*. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas. Nilai pelanggan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Nilai pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas Produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan memediasi antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan tidak memediasi antara nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan pelanggan Make Over di kota Padang.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND CUSTOMER VALUE ON
MAKE OVER CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION
AS INTERVENING VARIABLES
(Case Study Make Over customers of Padang City)**

Ragita Dwi Oktari¹, Linda Wati²,

1. *Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta
University*

2. *Lecturers from the Department of Management, Faculty of Economics and
Business, Bung Hatta University*

E-mail: Regitaoktari94@gmail.com, lindawati@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product and customer values on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. This study uses data collection methods by distributing questionnaires. The population and sample used in this study were Make Over customer at Padang City, totaling eighty four respondents. Data analysis methods in this study were PLS and SPSS. The hypothesis in this study was tested using analytical methods including: Measurement Model Assessment, Descriptive Analysis, R Square, Q square and Structural Model Assessment. From the test results it can be concluded that customer satisfaction has no positive effect on customer loyalty. Customer values has no positive effect on customer satisfaction. Product quality has a effect on customer loyalty. Customer satisfaction mediates between product and customer loyalty and customer satisfaction has no mediating effect between customer values and customer loyalty Make Over customer at Padang City.

Keywords: *Product quality, Customer Values, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Literatur.....	10
2.1.1 Loyalitas Pelanggan.....	10
2.1.2 Kepuasan Pelanggan.....	11
2.1.3 Kualitas Produk.....	13
2.1.4 Nilai Pelanggan.....	14
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	16
2.3 Kerangka Konseptual.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	21
3.2 Populasi dan Sampel.....	21
3.3.1 Populasi.....	21
3.3.2 Sampel.....	21
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.5 Defenisi dan Operasional Variabel.....	23

3.6 Pengukuran Instrumen.....	28
3.7 Teknik Analisis Data.....	28
3.8 Structur Model Assessesment atau Inner Model.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	32
4.2 Pembahasan Hasil Penguji hipotesis.....	57
4.2.1 Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	59
4.2.2 Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	60
4.2.3 Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	61
4.2.4 Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	62
4.2.5 Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	63
4.2.6 Kepuasan Pelanggan Memediasi Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Loyalitas Produk.....	64
4.2.7 Kepuasan Pelanggan Memediasi Hubungan Antara Nilai Pelanggandengan Loyalitas Produk.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Response Rate.....	32
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	36
Tabel 4.5 Hasil Analisi Convergent Validity (TAhap1).....	38
Tabel 4.6 Hasil Analisis Convergent Validity (tahap2).....	41
Tabel 4.7 <i>Cronbach's Alpha, Composite Reliability</i>	44
Tabel 4.8 <i>Discriminant Validity</i> dengan Metode <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	45
Tabel 4.9 <i>Discriminant Validity</i> dengan Metode <i>Cross Loading</i>	46
Tabel 4.10 Statistik Variabel Kualitas Produk Make Over.....	48
Tabel 4.11 Statistik Variabel Nilai Pelanggan Make Over.....	50
Tabel 4.12 Statistik Variabel Kepuasan Pelanggan Make Over.....	52
Tabel 4.13 Statistik Variabel Loyalitas Pelanggan Make Over.....	53
Tabel 4.14 Tabel R Squire dan Q Square.....	54
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Hipotesis.....	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 10 Situs Website E-Commerce.....	4
Gambar 4.1 Tampilan Hasil PLS Algorithm (Tahap1).....	40
Gambar 4.2 Tampilan Hasil PLS Algorithm (Tahap1).....	43
Gambar 4.3 Structure Model Assessment.....	56
Gambar 3.3 Model Diagram Jalur Pengaruh X1, X2, X3, Y1 terhadap Y2.....	55
Gambar 4.1 Hasil Analisis Koefisien Jalur I.....	85
Gambar 4.2 Hasil Analisis Koefisien Jalur II.....	86