

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA PRODUK
KOSMETIK WARDAH**

(Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia Fak. Ekonomi)

SKRIPSI

Program Studi Manajemen – Strata 1



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2018

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
HARGA PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA PRODUK
KOSMETIK WARDAH**

(Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia Fak. Ekonomi)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1



OLEH :

NAMA : MUTIA NURACHMAH

NIM : 041301503125220

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA

2018

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out the influence of product quality, brand image, and price both partial and simultaneous to the customer loyalty of product kosmetik Wardah. The data collected using the Roscoe formula involving 72 respondents which is Wardah cosmetics customers. Methodology this research is causal relations with test validity, realibility test, classic assumption test, correlation test, multiple linear regression test, t-test, F-test, and determinants. Based on result of research partial know that product quality (X1) influence on customer loyalty Wardah cosmetics, brand images (X2) not influences on customers loyalty Wardah cosmetics, price (X3) not influences on customers loyalty Wardah cosmetics. The quality of product, brand images, price of the simultaneous effect on customers loyalty.

Keywords: Quality Product, Brand Image, Price, Customers Loyalty



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga produk secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan kosmetik Wardah. Data yang dikumpulkan menggunakan rumus Roscoe dengan melibatkan 72 responden yang merupakan pelanggan produk kosmetik Wardah. Metodologi penelitian ini adalah penelitian kausal, dimana pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner. Data yang dikumpulkan diolah dengan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji korelasi, uji regresi linear berganda, uji t, uji F dan determinan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara parsial kualitas produk (X1) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kosmetik Wardah, citra merek (X2) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kosmetik Wardah, harga produk (X3) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kosmetik Wardah. Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Produk secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kosmetik Wardah.

Kata kunci: **Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Loyalitas Pelanggan**