

**PENGARUH EKUITAS MEREK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS: KOSMETIK WARDAH DI TOKO
BEAU CABANG PONDOK UNGU PERMAI)**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen



OLEH :

NAMA : SITI MARYAM ATMAJA

NIM : 041301503125245

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2018

**PENGARUH EKUITAS MEREK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS: KOSMETIK WARDAH DI TOKO
BEAU CABANG PONDOK UNGU PERMAI)**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen



OLEH :

NAMA : SITI MARYAM ATMAJA

NIM : 041301503125245

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2018

**PENGARUH EKUITAS MEREK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS: KOSMETIK WARDAH DI TOKO
BEAU CABANG PONDOK UNGU PERMAI)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen



OLEH :

NAMA : SITI MARYAM ATMAJA

NIM : 041301503125245

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

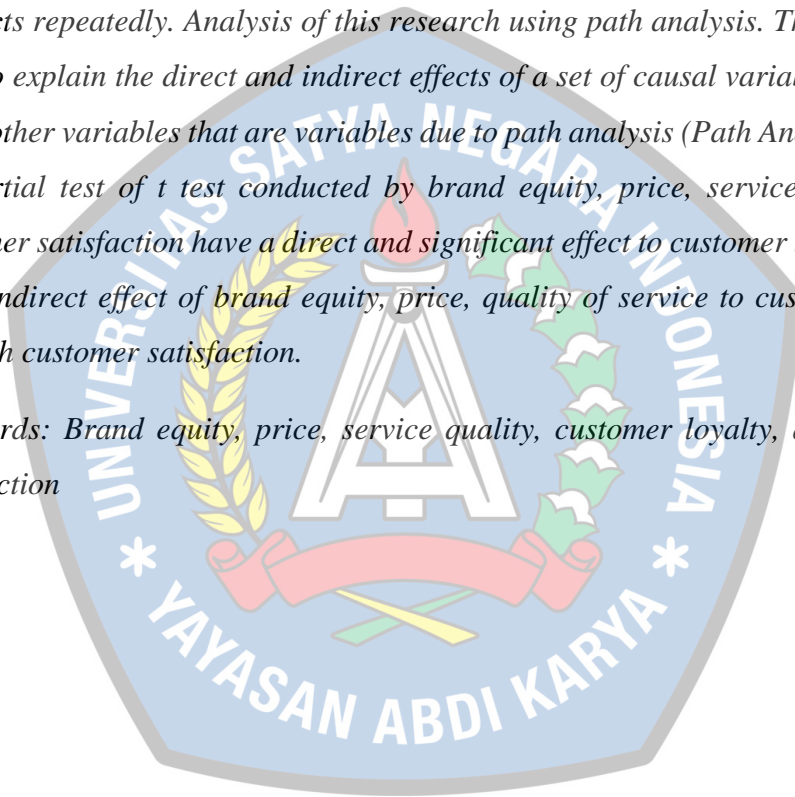
JAKARTA

2018

ABSTRACT

This Research aims to determine the effect of brand equity, price, and service quality, to customer loyalty and customer satisfaction as intervening variables. Sampling technique using accidental sampling method, this method is used because the number of unknown population when will come to the store. Accidental sampling is a sampling based on the fact that they happen to appear. In this study the population is all wardah customers who have purchased wardah products repeatedly. Analysis of this research using path analysis. This analysis is used to explain the direct and indirect effects of a set of causal variables against a set of other variables that are variables due to path analysis (Path Analisis). Based on partial test of t test conducted by brand equity, price, service quality, and customer satisfaction have a direct and significant effect to customer loyalty. There is an indirect effect of brand equity, price, quality of service to customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: Brand equity, price, service quality, customer loyalty, and customer satisfaction



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekuitas merek, harga, dan kualitas pelayanan, terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*, metode ini digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui kapan akan datang ke toko. *Accidental sampling* merupakan pengambilan sampel berdasarkan kenyataan bahwa mereka kebetulan muncul. Pada penelitian ini populasinya adalah semua pelanggan wardah yang telah membeli produk wardah berulang kali. Analisis penelitian ini menggunakan analisis jalur. Analisis ini digunakan untuk menjelaskan akibat langsung dan tidak langsung seperangkat variabel penyebab terhadap seperangkat variabel lainnya yang merupakan variabel akibat dilakukan analisis jalur (*Path Analysis*). Berdasarkan uji parsial uji t yang dilakukan ekuitas merek, harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Terjadi pengaruh tidak langsung ekuitas merek, harga, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Ekuitas merek, harga, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan