

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KEPERCAYAAN
MELALUI MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN *SCARLETT WHITENING*
PADA TOKO MITRA SWALAYAN
DI KOTA KUPANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH

ARINY FRANSISKA NUARTY TAHU

NIM: 32119108

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KEPERCAYAAN
MELALUI MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN *SCARLETT WHITENING*
PADA TOKO MITRA SWALAYAN
DI KOTA KUPANG**

Yang diajukan oleh :

Nama : Ariny Fransiska Nuary Tahu

NIM : 32119108

Program Studi : Manajemen

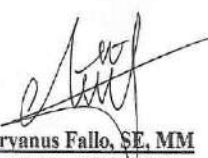
Kosentrasi : Pemasaran


Skripsi ini telah disetujui oleh Tim Pembimbing dan Diuji Di Fakultas
Ekonomika dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Katolik
Widya Mandira Kupang

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM
NIDN : 0808015901


Aprvanus Fallo, SE, MM
NIDN: 1505049301


Ketua Program Studi Manajemen


Anggraeny Paridy, SE, M. Si
NIDN : 0011036501

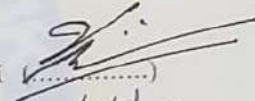
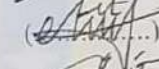
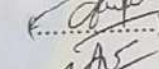
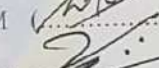
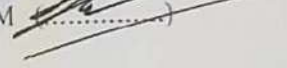
LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi
Pada Program Studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomika dan Bisnis,
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada:

Hari/ Tanggal : Senin, 05 Juni 2023
Jam : 14.00 Sampai Selesai
Tempat : Biro Umum
Atas Nama : Ariny Fransiska Nuarty Tahu
Nomor Registrasi : 32119108
Dinyatakan : LULUS

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM 
2. Sekretaris : Apryanus Fallo, SE, MM 
3. Penguji I : Dr. Stanis Man, SE, M.Si 
4. Penguji II : Engelbertus G. C. Watu, SE, MM 
5. Penguji III : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM 

MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis


M. E. Perseveranda, SE, M.Si
NIDN : 0819066703

Ketua
Program Studi Manajemen


Anggraeny Paridy, SE, M.Si
NIDN : 0011036501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

**“Dan apa saja yang kamu minta dalam doa dengan penuh kepercayaan,
kamu akan menerimanya”.**

(Matius 21:22)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Orang tua tercinta Bapak Blasius Tahu dan Ibu Naomi Ratu, yang dengan bersusah payah membiayai studi dan yang tidak pernah lelah mendoakan segala yang terbaik. Kepada saudara terkasih, Iwan Tahu yang selalu mendukung dan memotivasi untuk tetap semangat.

Kupang, Juli 2023

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan *Scarlett Whitening* Pada Toko Mitra Swalayan Di Kota Kupang**”, dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata Satu, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selesainya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini diucapkan limpah terima kasih kepada :

1. Pater Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk dapat mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu Dr. M. E. Perseveranda, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Br. Salomon Leki, SVD, SE., M.Ec.Dev selaku Wakil Dekan I, Ibu Rere Paulina Bibiana, SE, M.Si selaku Wakil Dekan II Universitas Katolik Mandira Kupang, yang telah membimbing dan memberikan perhatian, dukungan, motivasi serta pelayanan administrasi akademik selama kuliah di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Anggraeny Paridy, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Ibu Maria B.M.G Wutun, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang,

yang telah memberikan motivasi dan masukan yang sangat membantu selama masa perkuliahan sampai pada akhir penulisan skripsi ini.

4. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Dosen Pembimbing I, Ketua Panitia Ujian Skripsi dan Penguji III serta Bapak Apryanus Fallo, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II dan Sekretaris Panitia Ujian yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan meluangkan waktu dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Stanis Man, SE, M.Si selaku Penguji I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan ujian, saran dan perbaikan.
6. Bapak Engelbertus G.C. Watu, SE, MM selaku Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan ujian, saran dan perbaikan.
7. Seluruh Dosen pengajar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan.
8. Ibu Angelina Penun, SH selaku Kepala Tata Usaha dan seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis, yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan dalam segala urusan administrasi.
9. Bapak Blasius Tahu dan Ibu Naomi Ratu sebagai orang tua kandung yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan mendoakan, beserta saudara Iwan Tahu yang selalu memberikan dukungan dan doa.
10. Teman-teman seangkatan tahun 2019, yaitu (Adriana Lahus, Maria Lopes De Araujo, Anjelita Tapatfeto, Vincentia Tukan, Ekawati Muloko, Selteria Ninang,

Restika Kapitan, Stella Seme, Miken Takuneno, Putri Medah, Eka Selly, Eflin Poy, Arlin Zogara, Given Besie, Tika Dirman, Windhy Lauserang, Karlina Ndarut, Atika Sony, dan Indah Banda), yang dengan caranya masing-masing telah membantu dan memberi dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama kuliah dan penulisan skripsi ini.

Menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, guna penyempurnaan karya ilmiah di masa yang akan datang. Semoga Tuhan Yesus senantiasa memberkati kita semua.

Kupang, Juli 2023

Penulis

ABSTRAK

Ariny F.N. Tahu (32119108), dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan *Scarlett Whitening* Pada Toko Mitra Swalayan di Kota Kupang” dibawah bimbingan Bapak Drs.Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I dan Bapak Apryanus Fallo, SE, MM selaku Pembimbing II.

Scarlett Whitening merupakan salah satu brand lokal yang merupakan *skincare* terpercaya yang berkembang sesuai dengan perubahan konsumennya. Perkembangan data penjualan *Scarlett Whitening* pada toko Mitra Swalayan di Kota Kupang Januari 2022 - Januari 2023 mengalami fluktuasi. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui persepsi konsumen tentang kualitas produk, harga, kepercayaan, gambaran kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan *Scarlett Whitening*. (2) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas produk, harga dan kepercayaan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada pembelian *Scarlett Whitening*. (3) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas produk, harga dan kepercayaan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan *Scarlett Whitening*. (4) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *Scarlett Whitening*. (5) Untuk mengetahui kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan *Scarlett Whitening* pada Toko Mitra Swalayan di Kota Kupang.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua wanita yang pernah menggunakan produk *Scarlett Whitening* pada Toko Mitra Swalayan di Kota Kupang yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel dalam penelitian ini yaitu 100 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menurut sumbernya yaitu data primer dan data sekunder, sedangkan menurut sifatnya meliputi data kualitatif dan data kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuisioner, wawancara, dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial (PLS).

Hasil analisis deskriptif menggambarkan variabel kualitas produk, Harga, kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan, semua variabel ini termasuk dalam kategori baik. Hasil analisis statistik inferensial (PLS) menunjukkan bahwa : (1) kualitas produk, harga dan kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembelian *Scarlett Whitening*. (2) kualitas produk, harga dan kepercayaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan *Scarlett Whitening*. (3) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan *Scarlett Whitening*. (4) variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan dalam memediasi kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan variabel kepuasan pelanggan tidak memediasi pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan *Scarlett Whitening* pada Toko Mitra Swalayan di Kota Kupang. Nilai koefisien determinasi (R^2) variabel kepuasan pelanggan sebesar 77,3%, dan loyalitas pelanggan sebesar 78,9%, sisanya sebesar 22,7% dan 21,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, disarankan kepada PT. Opto Lumbung Sejahtera perlu meningkatkan kualitas produk, seperti menambah kandungan *Glycolic Acid* sehingga kulit menjadi cerah dan bertahan dalam jangka waktu yang lama. Harga yang ditawarkan *Scarlett Whitening* perlu diperhatikan lagi dengan cara melakukan riset permintaan pasar, seperti menerima kritik dan saran dari konsumen. *Scarlett Whitening* perlu menjaga kepercayaan konsumen, dengan menggunakan selebriti yang dapat menyampaikan informasi sesuai dengan kualitasnya dan bisa dipercaya oleh konsumen, agar mampu mempengaruhi kepuasan konsumen sehingga konsumen tetap loyal kepada *Scarlett Whitening*.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBARAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBARAN PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN TEORI	15
A. Manajemen Pemasaran.....	15
1. Pengertian Pemasaran	15
2. Bauran Pemasaran.....	16
B. Loyalitas	17
1. Pengertian Loyalitas.....	17
2. Indikator-indikator Loyalitas Pelanggan.....	18

3.	Tahapan Loyalitas Pelanggan	19
4.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	20
C.	Kepuasan Pelanggan	22
1.	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	22
2.	Indikator-indikator Kepuasan Pelanggan	24
3.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	24
4.	Tujuan Pemberian Kepuasan Pada Pelanggan	25
D.	Kualitas Produk	26
1.	Pengertian Produk	26
2.	Atribut Produk	27
3.	Kualitas Produk	28
4.	Indikator-indikator Kualitas Produk	29
E.	Harga	30
1.	Pengertian Harga	30
2.	Indikator Harga	31
3.	Tujuan Penetapan Harga	31
4.	Strategi Penetapan Harga	33
F.	Kepercayaan	33
1.	Konsep Kepercayaan	33
2.	Pengertian Kepercayaan	34
3.	Indikator Kepercayaan Pelanggan	35
G.	Penelitian Terdahulu	37
H.	Kerangka Pemikiran	39

I. Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
B. Populasi dan Sampel	44
1. Populasi Penelitian	44
2. Sampel Penelitian	44
C. Jenis Data	46
1. Jenis Data Menurut Sumbernya	46
2. Jenis Data Menurut Sifatnya	46
D. Metode Pengumpulan Data.....	47
1. Kuisisioner	47
2. Wawancara	47
3. Dokumentasi	47
E. Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran.....	47
1. Variabel Penelitian, Definisi Operasional, Indikator	47
2. Skala Pengukuran	49
F. Teknik Analisis Data	49
1. Analisis Deskriptif	49
2. Analisis Statistik Inferensial	50
BAB IV HASIL PENELITIAN	54
A. Karakteristik Responden.....	54
1. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
2. Berdasarkan Umur	55
3. Berdasarkan Pendidikan.....	55

4. Berdasarkan Pekerjaan	56
5. Berdasarkan Pendapatan.....	57
B. Teknik Analisis Data.....	58
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	58
2. Hasil Analisis Statistik Inferial (SEM- <i>Partial Least Square</i>).....	63
C. Uji Hipotesis	71
D. Pembahasan Penelitian	77
1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) Pada Produk <i>Scarlett Whitening</i>	78
2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) Pada Produk <i>Scarlett Whitening</i>	78
3. Pengaruh Kepercayaan (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) Pada Produk <i>Scarlett Whitening</i>	79
4. Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Produk <i>Scarlett Whitening</i>	80
5. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Produk <i>Scarlett Whitening</i>	80
6. Pengaruh Kepercayaan (X3) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Produk <i>Scarlett Whitening</i>	81
7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Pada Produk <i>Scarlett Whitening</i>	81
8. Kepuasan Pelanggan (Z) Memediasi Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk <i>Scarlett Whitening</i>	82

9. Kepuasan Pelanggan (Z) Memediasi Pengaruh Harga (X1)	
Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk <i>Scarlett Whitening</i> . ..	82
10. Kepuasan Pelanggan (Z) Memediasi Pengaruh Kepercayaan (X3)	
Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk <i>Scarlett Whitening</i> . ..	83
BAB V PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data <i>Brand Skin care</i> Lokal Terlaris di <i>E-commerce</i> 2022	6
Tabel 1.2	Data Penjualan Produk Scarlett Whitening di Indonesia Tahun 2020-2022	7
Tabel 1.3	Data Penjualan Skin care Scarlett Whitening di Mitra Swalayan Kota Kupang Januari 2022- Januari 2023	8
Tabel 3.1	Variabel, Definisi, dan Indikator	48
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	55
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	56
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	58
Tabel 4.6	Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Kualitas Produk (X1).....	59
Tabel 4.7	Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Harga (X2)	60
Tabel 4.8	Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Kepercayaan (X3).....	61
Tabel 4.9	Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	61
Tabel 4.10	Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	62
Tabel 4.11	Hasil analisis <i>Outer Loadings (Measurement Model)</i>	65
Tabel 4.12	<i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	66
Tabel 4.13	Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	67
Tabel 4.14	Nilai <i>Composite Reliability</i>	68
Tabel 4.15	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	68

Tabel 4.16 <i>Path Coefficient</i>	70
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan <i>R-Square</i>	70
Tabel 4.18 Hubungan Langsung Antara Variabel Kualitas Produk, Harga, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan	72
Tabel 4.19 Hasil Perhitungan Total <i>Specific Indirect Effects</i>	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1 Analisis Jalur Untuk Melihat <i>Outer Model (Convergent Validity)</i>	64
Gambar 4.2 Diagram <i>Path</i> Hubungan Antara Kualitas Produk, Harga, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	93
Lampiran 2	Jawaban Reponden Variabel Kualitas Produk (X1)	99
Lampiran 3	Jawaban Responden Variabel Harga (X2).....	101
Lampiran 4	Jawabna Responden Variabel Kepercayaan (X3)	103
Lampiran 5	Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	105
Lampiran 6	Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	107
Lampiran 7	Hasil Analisis Statistik Inferial.....	109