

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN EMOSIONAL
DENGAN MEDIASI KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS
MAHASISWI S1 FEB UNWIRAPADA PRODUK
KOSMETIK *PIXY* DI KOTA KUPANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen



OLEH :

MARIA IRENE KLAU

NIM : 32119068

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

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN EMOSIONAL
DENGAN MEDIASI KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS
MAHASISWI SI FEB UNWIRA PADA PRODUK
KOSMETIK PIXY DI KOTA KUPANG**

Yang diajukan oleh :

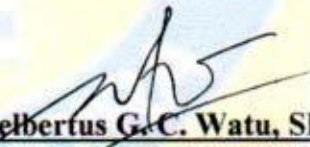
Nama : Maria Irene Klau
NIM : 32119095
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

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

Pembimbing I

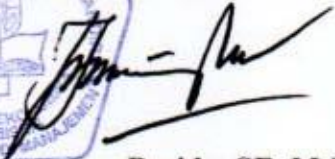
Pembimbing II


Drs. Ee. Gaudensius Djuang, MM
NIDN: 08 080159 01


Engelbertus G. C. Watu, SE, MM
NIDN: 15 100493 01

Kupang 2023

Ketua Program Studi Manajemen


Anggraeny Paridy, SE, M.Si
NIDN : 0011036501

LEMBAR PERSETUJUAN

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

Yang diselenggarakan pada:

Hari/ Tanggal : Kamis, 22 Juni 2023
Jam : 11.00–Selesai
Tempat : Ruang Kuliah Magister Manajemen
Atas Nama : Maria Irene Klau
Nomor Registrasi : 32119068
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)
2. Sekretaris : Engelbertus G. C. Watu, SE, MM (.....)
3. Penguji I : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si (.....)
4. Penguji II : Maria A. Lopes Amaral, SE, MM (.....)
5. Penguji III : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM (.....)

MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis



M. E. Perseveranda, SE, M.Si
NIDN: 08 180567 03

Ketua
Program Studi Manajemen



Amraeny Paridy, SE, M.Si
NIDN: 00 110365 01

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Gantungkan cita-citamu setinggi langit! Bermimpilah setinggi langit. Jika engkau jatuh, engkau akan jatuh di antara bintang-bintang.

(Ir. Soekarno)

PERSEMBAHAN

Dengan tulus dan rasa syukur, Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Kepada Bapak, Mama, Opa dan Oma yang tercinta, Bapak Gregorius Klau dan Ibu Herculana Hoar Tetik, Opa Hendrikus Teti Kauk dan Oma Klara Seuk Wen sebagai sosok yang memotivasi penulis untuk tetap semangat dalam meraih mimpi, dan dengan bersusah payah membiayai studi penulis dan yang tidak pernah lelah mendoakan segala yang terbaik untuk penulis, juga kepada Adik Kristin Seryanto Klau dan adik Talia Prisilla F. Klau serta teman terdekat Heribertus Saputra Meot dan Bernadina Dupa Banda, yang telah memberikan semangat dan dukungan bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Emosional Dengan Mediasi Kepuasan Terhadap Loyalitas Mahasiswi S1 FEB Unwira Pada Produk Kosmetik Pixy Di Kota Kupang”**, dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Studi Strata Satu (S1) 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, disampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. P. Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, karena telah memberikan kesempatan dan menyediakan fasilitas untuk 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 Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Anggraeny Paridy, SE, M.Si dan Ibu Maria B. M. G. Wutun, S.E, M.M, selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika

dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan, motivasi, dan masukan yang sangat membantu.

4. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing I dan Bapak Engelbertus G. C. Watu, SE, MM selaku Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu, memberikan masukan, perbaikan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si selaku penguji I dan Ibu Maria A. L. Amaral, SE, MM selaku Penguji II yang telah meluangkan waktu untuk menguji dan memberikan saran dalam perbaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan bekal ilmu.
7. Pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis dan seluruh Civitas Akademika Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, atas pelayanannya.
8. Bapak Gregorius Klau dan Ibu Herculana Hoar Tetik, orang tua yang selalu mendoakan dan memberikan dorongan moril maupun materil.
9. Opa Hendrikus Teti Kauk dan Oma Klara Seuk Wen yang selalu mendoakan dan membantu memberikan dorongan moril maupun materil.
10. Teman-Teman seperjuangan Angkatan 2019, terkhusus bagi Putra, Inda, Heni, Yoan, Claudia, dan sahabat-sahabat yang selalu setia menemani.
11. Semua pihak yang telah membantu baik moril maupun materil, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

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 ini di masa yang akan datang.

Kupang, Juli 2023

Penulis

ABSTRAK

Maria Irene Klau (32119068) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Emosional Dengan Mediasi Kepuasan Terhadap Loyalitas Mahasiswi S1 FEB Unwira Pada Produk Kosmetik Pixy Di Kota Kupang” dibawah bimbingan Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Engelbertus G. C. Watu, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II.

Produk Kosmetik *Pixy* merupakan salah satu produk kosmetik yang banyak dipakai oleh Mahasiswi S1 FEB Unwira di Kota Kupang. Penjualan produk Kosmetik *Pixy* berdasarkan data penjualan di Toko Kosmetik Mutiara Kupang pada tahun 2020-2022 mengalami fluktuasi. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen dan pengaruh kualitas produk, harga, dan emosional dengan mediasi kepuasan terhadap loyalitas Mahasiswi S1 FEB Unwira pada produk Kosmetik *Pixy* di Kota Kupang.

Sampel dalam penelitian ini yaitu 108 responden yang pernah menggunakan produk Kosmetik *Pixy* di Kota Kupang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menurut sifatnya meliputi data kualitatif dan data kuantitatif, sedangkan menurut sumbernya yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, kuesioner/angket, dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis statistik inferensial (PLS).

Hasil analisis deskriptif menggambarkan variabel kualitas produk dengan skor 78,84% termasuk dalam kategori baik, harga dengan skor 80,23% termasuk dalam kategori baik, emosional dengan skor 80,60% termasuk dalam kategori baik, kepuasan dengan skor 81,67% termasuk dalam kategori baik, dan loyalitas pelanggan dengan skor 81,54% termasuk dalam kategori baik. Hasil analisis statistik inferensial (PLS) menunjukkan bahwa : (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (4) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (5) harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (6) emosional berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (7) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (8) kepuasan pelanggan tidak mampu memediasi kualitas produk, harga, dan emosional terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien determinasi (R^2) Kepuasan Pelanggan sebesar 81,4% sisanya sebesar 18,6% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel dalam penelitian dan Loyalitas Pelanggan sebesar 83%, sisanya sebesar 17% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, disarankan kepada perusahaan *Pixy* harus selalu mempertimbangkan keterjangkauan harga dan selalu memperhatikan penawaran pihak pesaing, hal ini dikarenakan harga yang terjangkau dapat menarik perhatian konsumen. Perusahaan *Pixy* juga perlu menginovasi produk dengan kemasan yang menarik, kuat agar produk bisa sampai ke tangan konsumen dengan baik, menampilkan lebih banyak varian warna *make up* serta meningkatkan daya tahan produk seperti memberikan efek *make up* yang tahan lama dan lipstik yang tahan lama di bibir. Hal ini membuat kepuasan pelanggan dapat terpenuhi dengan harapan akan menyebabkan perilaku yang loyal.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Emosional, Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	12
BAB IILANDASAN TEORI	13
A. Pemasaran.....	13
B. Loyalitas Pelanggan.....	21
C. Kepuasan Pelanggan	25
D. Kualitas Produk	31
E. Harga.....	34
F. Emosional	38
G. Penelitian Terdahulu	39
H. Kerangka Berpikir.....	41

I. Hipotesis Penelitian	42
BAB IIIMETODE PENELITIAN	44
A. Tempat dan Waktu Penelitian	44
B. Populasi dan Sampel	44
C. Jenis Data	46
D. Teknik Pengumpulan Data	47
E. Variabel, Definisi Operasional, Indikator, dan Skala Pengukuran Variabel	48
F. Teknik Analisis Data	50
BAB IVHASIL PENELITIAN.....	57
A. Karakteristik Responden	57
B. Hasil Penelitian.....	60
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
BAB VKESIMPULAN DAN SARAN	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Produk Kosmetik Wajah Terlaris Di Indonesia Periode April-juni 2022	6
Tabel 1.2 Data Penjualan Kosmetik Pixy Pada Toko Mutiara Cosmetics Kota Kupang Tahun 2020-2022	7
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, dan Indikator	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan semester	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	59
Tabel 4.5 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Kualitas Produk (X1)	61
Tabel 4.6 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Harga (X2)	61
Tabel 4.7 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Emosional (X3)	62
Tabel 4.8 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)	63
Tabel 4.9 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	64
Tabel 4.10 Hasil analisis <i>Outer Loadings (Measurement Model)</i>	66
Tabel 4.11 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	67
Tabel 4.12 <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	68
Tabel 4.13 Nilai <i>Composite Reliability</i>	69
Tabel 4.14 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	70
Tabel 4.15 Nilai <i>R-Square</i>	

Tabel 4.16 Hasil Koefisien Jalur (<i>PathCoefficient</i>)	71
Tabel 4.17 Hasil uji <i>Specific Indirect Effects</i>	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Produk Kosmetik Wajah Terlaris Di Indonesia	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	42
Gambar 3.1 Diagram Jalur	53
Gambar 4.1 Analisis Jalur Untuk Melihat Outer Model (<i>Convergen Validity</i>)	66
Gambar 4.2 Hasil Uji Inner Model (Bootstrapping)	72