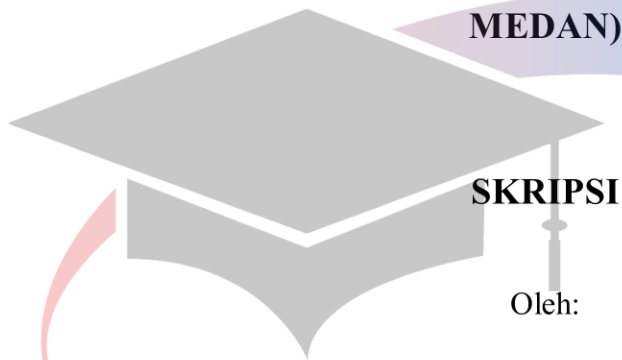


**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN
PELANGGAN, DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA
PRODUK ORIFLAME (STUDI
KASUS PADA MAHASISWI
PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS
MIKROSKIL
MEDAN)**



SKRIPSI

Oleh:

**PUTRI JAYANTI PURBA
NIM : 18.711.1555**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2022**

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, CUSTOMER
SATISFACTION, AND PRICE ON CUSTOMER
LOYALTY ON ORIFLAME PRODUCTS
(CASE STUDY OF STUDENTS
FACULTY OF BUSINESS
MANAGEMENT
MICROSKIL
UNIVERSITY
MEDAN)**



FINAL RESEARCH

By:

**PUTRI JAYANTI PURBA
Students Number : 18.711.1555**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN
PELANGGAN, DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA
PRODUK ORIFLAME (STUDI
KASUS PADA MAHASISWI
PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS
MIKROSKIL
MEDAN)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

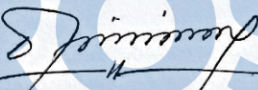
Oleh :

PUTRI JAYANTI PURBA

NIM 18.711.1555

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing,



Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.

Medan, 4 Agustus 2022

Diketahui dan Disahkan oleh :

Ketua Program Studi
Manajemen



Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Putri Jayanti Purba

NIM : 187111555

Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Oriflame (Studi Kasus Mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan)

Tempat Penelitian : Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan

Alamat Penelitian : Jl.M.H.Thamrin No.112

No.Telepon Tempat Penelitian : (061) 4573767

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non – eksklusif (*Non – exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, Fakultas Bisnis Unoversitas Mikroskil Medan berhak menyimpan , mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database),merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai

penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun

Medan, 28 Juli 2022

Saya yang membuat pernyataan,



(Putri Jayanti)

UNIVERSITAS MIKROSKIL

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan produk oriflame. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Bisnis Prodi Manajemen Universitas Mikroskil sebanyak 267 orang. Teeknik sampel yang digunakan adalah *Nonprobability sampling*. Dalam penentuan jumlah sampel menggunakan kriteria dan diperoleh sebanyak 105 orang mahasiswi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan dalam loyalitas pelanggan produk oriflame, sedangkan variabel kepuasan pelanggan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. secara simultan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada produk oriflame, *Nilai Adjusted R.Square* yang diperoleh sebesar 78,2% dan sisanya sebesar 21,8 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Harga, Loyalitas Pelanggan

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, customer satisfaction, and price on customer loyalty oriflame products. This type of research is a type of quantitative research. The population in this study were 267 students of the Business Faculty of Management Study Program at Mikroskil University. The sampling technique used is non-probability sampling. In determining the number of samples using criteria and obtained as many as 105 female students. The results of this study indicate that partially service quality has no significant effect on customer loyalty for Oriflame products, while customer satisfaction and price variables have a positive and significant effect on customer loyalty. Simultaneously service quality, customer satisfaction, and price affect customer loyalty to oriflame products, the Adjusted R.Square value obtained is 78.2% and the remaining 21.8% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction, Price, Customer Loyalty



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan kasih setiaNya saya dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk oriflame (Studi Kasus Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan)” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini saya dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Pioner Pelawi,S.E.,M.Si., selaku Dosen Pendamping Pembimbing dan selaku dosen wali yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Dr.Pahala Sirait, S.T.,M.Kom. selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Ir.Mbayak Ginting, S.Kom.,M.M. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
6. Dosen Universitas Mikroskil yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
7. Seluruh pelanggan oriflame atau responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan.
8. Kepada Kedua Orangtua saya beserta keluarga yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan yang tidak terhingga.

9. Sahabat-sahabat penulis, Merlin Novela Sianturi, Elsa Naulita Situmorang, Friska Rokaya Tambunan, Santa Imelda Tarigan, Cindi Nopita Ginting, Timor Gabe Horacio Siahaan. Beserta seluruh keluarga besar Manajemen Bisnis Universitas Mikroskil 2018-2022 yang telah memberikan motivasi dan semangat.

10. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masing terdapat kekurangan, kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 4 Agustus 2022

Penulis,

Putri Jayanti Purba



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Originalitas	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran	9
2.1.3 Bauran Pemasaran	9
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	10
2.1.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	10
2.1.4.2 Manfaat Loyalitas Pelanggan	11
2.1.4.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	11
2.1.4.4. Indikator Loyalitas Pelanggan	12
2.1.5 Kualitas Pelayanan	13
2.1.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	13
2.1.5.2 Bentuk-Bentuk Pelayanan	13
2.1.5.3 Karakteristik Pelayanan	14
2.1.5.4 Indikator Kualitas Pelayanan	15
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	16
2.1.6.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	16
2.1.6.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	16
2.1.6.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	17
2.1.6.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	18

2.1.7 Harga	18
2.1.7.1 Pengertian Harga	18
2.1.7.2 Metode Penetapan Harga	19
2.1.7.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga	19
2.1.7.4 Indikator Harga	20
2.2 Review Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka/Model Konseptual	25
2.4 Pengembangan Hipotesis	26
2.4.1 Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Oriflame	27
2.4.2 Pengaruh Variabel Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Oriflame	27
2.4.3 Pengaruh Variabel Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Oriflame	28
2.4.4 Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Oriflame	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Objek Penelitian	29
3.3 Populasi Dan Sampel	29
3.3.1 Populasi	29
3.3.2 Sampel	30
3.4 Metode Pengumpulan Data	31
3.4.1 Penelitian Lapangan (<i>Field Research</i>)	31
3.5 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Variabel	32
3.6 Metode Analisis Data	34
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	35
3.6.2 Pengujian Kualitas Data	35
3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik	36
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda	38
3.6.5 Pengujian Hipotesis	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	41
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan	41
4.1.1.2 Visi & Misi Perusahaan	41
4.1.2 Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	42
4.1.3 Gambaran Umum Responden	42
4.1.4 Hasil Statistik Deskriptif	43
4.1.5 Hasil Uji Kualitas Data	46
4.1.5.1 Uji Validitas Data	46
4.1.5.2 Uji Realibilitas	48
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	49
4.1.6.1 Uji Normalitas	49
4.1.6.2 Uji Multikolinearitas	51
4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas	52
4.1.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis	55
4.1.8.1 Pengujian Secara Parsial (Uji T)	55
4.1.8.2 Pengujian Secara Simultan (Uji F)	56
4.1.8.3 Uji Koefisien Determinan (R^2)	56
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	57
4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Oriflame	57
4.2.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Oriflame	58
4.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Oriflame	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1 Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas	49
Gambar 4.2 Hasil Grafik Histogram Uji Normal P-Plot	50
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Scatterplot	52



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.2 Data Jumlah Mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Stambuk 2018-2021	30
Tabel 3.3 Kriteria Pemilihan Sampel	30
Tabel 3.4 Skala Likert	31
Tabel 3.5 Defenisi Operasional Variabel	34
Tabel 4.6 Tingkat Pengembalian Kuesioner	42
Tabel 4.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Stambuk	42
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan	43
Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan	44
Tabel 4.10 Hasil Statistik Deskriptif Harga	45
Tabel 4.11 Hasil Statistik Deskriptif Loyalitas Pelanggan	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas Kualitas Pelayanan	48
Tabel 4.14 Hasil Uji Reabilitas Kepuasan Pelanggan	48
Tabel 4.15 Hasil Uji Reabilitas Harga	48
Tabel 4.16 Hasil Uji Reabilitas Loyalitas Pelanggan	49
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinieritas	52
Tabel 4.19 Hasil Uji Park	53
Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji t)	55
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji f)	56
Tabel 4.23 Hasil Perhitungan Koefisien Determinan (R^2)	56

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian	66
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN	71
LAMPIRAN 3 HASIL STATISTIK DESKRIPTIF	83
LAMPIRAN 4 HASIL PENGOLAHAN DATA SPSS	85
LAMPIRAN 5 HASIL UJI ASUMSI KLASIK	91
LAMPIRAN 6 HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	94
LAMPIRAN 7 HASIL UJI HIPOTESIS	95
LAMPIRAN 8 HASIL KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)	96
LAMPIRAN 9 TABEL DISTRIBUSI	97



UNIVERSITAS
MIKROSKIL