

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PRODUK SKINCARE RANNIA DI KOTA METRO**

SKRIPSI



**Oleh :
VIA YUNANDA
NPM. 18610079**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2022**



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PRODUK SKINCARE RANNIA DI KOTA METRO**

SKRIPSI

**(Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Pendidikan S1 Pada Program Studi Manajemen)**

**Oleh :
VIA YUNANDA
18610079**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2022**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Produk, Media Sosial Instagram dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Skincare Rannia Di Kota Metro. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan jumlah 100 responden sebagai sampel. Data yang digunakan adalah data primer, yaitu pembagian kuesioner yang berupa daftar soal dengan menggunakan skala likert yang dibagikan kepada pelanggan. Uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis yang sudah ada yaitu menggunakan uji analisis regresi linier berganda dan pengolahan data di uji menggunakan program statistica packages for the social science (SPSS) versi 25.

Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa harga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, media sosial instagram memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Media Sosial Instagram, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Price, Product Quality, Instagram Social Media and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Rannia Skincare Products in Metro City. The type of research used in this research is quantitative research with a total of 100 respondents as a sample. The data used is secondary data, namely the distribution of questionnaires in the form of a list of questions using a Likert scale which is distributed to customers. The statistical test used to test the existing hypothesis is using multiple linear regression analysis test and data processing is tested using the statistical packages for the social science (SPSS) version 25 program.

Based on the results of statistical tests, it shows that price has a positive and significant effect on customer loyalty, product quality has a positive and significant influence on customer loyalty, social media Instagram has a positive and significant influence on customer loyalty, and customer satisfaction has a positive and significant influence on customer loyalty.

Keywords: *Price, Product Quality, Instagram Social Media, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PRODUK SKINCARE RANNIA DI KOTA METRO

VIA YUNANDA


NPM. 18610079

Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji

Pada tanggal 31 Maret 2022

Tim Penguji,


Dr. Suharto, S.E., M.M.
NIDN.022803501


Ketua Penguji

H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN.0210036801



Sekertaris

Ratmono, S.E., M.M.
NIDN. 0220076001


Penguji Utama

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN.0210036801

HALAMAN PENGESAHAN

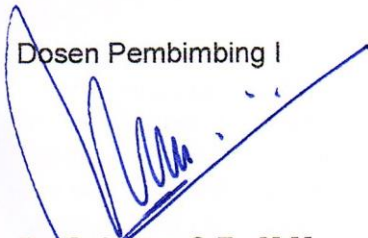
SKRIPSI

**“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PRODUK SKINCARE RANNIA DI KOTA METRO”**

**VIA YUNANDA
NPM : 18610079**

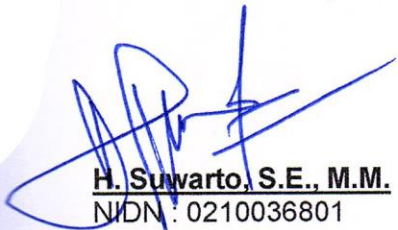
Telah Diperiksa dan Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I



Dr. Suharto, S.E., M.M.
NIDN : 0228035801

Dosen Pembimbing II



H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN : 0210036801

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN : 0228027901

MOTTO

“Keberhasilan bukan milik orang pintar. Keberhasilan milik mereka yang terus berusaha.”

(B.J. Habibie)

“Usia terlalu ringkas untuk dilewatkan tanpa melakukan perubahan”

(Najwa Sihab)

“Kalau kamu sedang merasa sedih dan ingin istirahat, kamu harus ingat bahwa rehat tidak sama dengan menyerah dan berhenti ditempat, boleh aja kok kita melambat dan menyesuaikan arah. Tapi tersesat tidak selalu berarti kehilangan jalan, justru itu bisa jadi awal mula dari serangkaian petualangan. Sebenarnya sesekali melihat kebelakang juga perlu, agar kita tahu sudah sejauh mana kita melaju. Dan kamu harus ingat! Bahwa salah satu upaya menyangi diri sendiri adalah dengan senantiasa menghargai segala proses dan hal-hal yang telah dilewati.”

(Vina Muliana)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbilalamin, rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Skripsi ini ku persembahkan kepada:

1. Kekuatan dan motivasi terbesar dalam hidup yaitu kedua orang tuaku, Bapak M. Ali Mudlofar dan Ibu Martini yang senantiasa istiqomah dalam berikhtiar dan mendoakan putrinya, kasih sayangmu sepanjang masa. Yang telah bekerja keras demi masa depanku serta tiada henti mendoakan dan memberikan semangat serta motivasinya, sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini dan juga aku mampu melewati setiap ujian-ujian yang harus ku jalani demi terselesaikannya skripsi ini.
2. Adik kandungku Elina Indika Putri dan Muhamad Ariefal yang selalu memberikanku semangat, doa-doa baik dan selalu senantiasa aku reportkan untuk mengantar kesana kemari. Dan selalu mengerti ketika aku sedang garap skripsi dengan cara membantu pekerjaan rumah yang menjadi tugasku setiap harinya. Dan Sepupu tersayang Nazma Naila Zahra yang selalu memberikanku semangat, doa-doa baik dan selalu senantiasa aku reportkan untuk mengantar kesana kemari.
3. Teman yang sudah aku anggap seperti tetehku (kakak ku) tersayang Sindi Martha Rina yang telah membantuku selama penelitian dilaksanakan dan selalu memberikan semangat dan doa yang baik untukku.
4. Kepada seluruh keluarga besarku yang selalu memberikan semangat, mensupport, dan mendoakan yang terbaik.
5. Sahabatku selama di bangku kuliah Melyana Catur Agustin, Nadia Afitia, Vina Rania yang telah menjadi teman berkeluh kesah selama di bangku kuliah dan yang selalu memberikanku semangat serta motivasi dan selalu mendoakan yang baik untukku. *I'm very grateful to have yall.*
6. Sahabat seperjuangan Nelly Trisna Dipa, Regiana Marilyn, Mega Putri Ndaruwati, Kinanti Ambarawati, Alicia Moniq Stellata yang telah bersedia menjadi teman sharing dan saling mendukung satu sama lain dan yang selalu ada. Semoga kekompakan kita tetap terjalin hingga nanti. *I'm very grateful to have yall.*
7. Teruntuk teman-teman seperjuangan angkatan 2018 khususnya kelas Manajemen B yang telah menjadi bagian dari cerita perjalanan kuliahku.

8. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.
9. Almamater tercinta, Universitas Muhammadiyah Metro.
10. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hardwork, I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. For just being me at all times.*

Semoga kebaikan Bapak dan Ibu serta teman-teman berikan mendapatkan limpahan dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan dan penulisan skripsi ini memiliki banyak kekurangan sehingga dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan. Amin

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK SKINCARE RANNIA DI KOTA METRO”** dapat diselesaikan dengan baik. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 di jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro.

Penulis menyadari bahwa terwujudnya skripsi ini karena adanya bimbingan, bantuan, saran dan pengarahan dari berbagai pihak. Dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis menyampaikan terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro dan selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Dr. Suharto, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Febriyanto, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan sekaligus Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
5. Bapak dan ibu dosen Program Studi Manajemen, yang telah memberikan bimbingan dan ilmu kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
6. Orang tua, adik-adik dan saudara-saudara saya atas doa, dukungan, bimbingan serta kasih sayang yang selalu tercurah selama ini.
7. Rekan-rekan seperjuangan saya di jurusan Manajemen, Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro atas semua dukungan, semangat serta kerjasamanya.

Ucapan terimakasih juga ditujukan kepada semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis hanya dapat memohon dan berdoa

atas segala bantuan, bimbingan, dukungan, semangat, masukan dan do'a yang telah diberikan menjadi pintu datangnya Ridho dan Kasih Sayang Allah SWT di dunia dan akhirat. Aamiin ya Rabbal alamiin

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua, khususnya bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro, dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lebih lanjut.

Metro, Januari 2022
Penulis,



VIA YUNANDA
NPM. 18610079

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : VIA YUNANDA

NPM : 186100979

Prodi : Manajemen

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul "**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK SKINCARE RANNIA DI KOTA METRO**" Adalah karya saya dan bukan dari plagiarisme.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan Gelar Akademik Strata I Manajemen dan akan mempertanggung jawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, 09 Mei 2022

Yang membuat pernyataan



VIA YUNANDA
NPM, 18610079



**UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO**

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 2436/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : VIA YUNANDA
NPM : 18610079
Jenis Dokumen : SKRIPSI

JUDUL:

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK SKINCARE RANNIA DI KOTA METRO

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Dr. Anif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.
NIDN. 0203128801

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota
Metro, Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
SURAT PERNYATAAN.....	xii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Ruang Lingkup Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Deskripsi Teori	8
1. Pemasaran	8
2. Harga.....	9
3. Kualitas Produk	11
4. Media Sosial Instagram	13
5. Kepuasan Pelanggan.....	15
6. Loyalitas Pelanggan.....	17
B. Penelitian Terdahulu / Relevansi	19
C. Kerangka Pemikiran.....	22

D. Hipotesis penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	27
B. Metode Penelitian	27
C. Definisi Operasional Variabel	28
1. Variabel Independen (X)	28
2. Variabel Dependen (Y)	30
D. Populasi dan Sampel	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Teknik Analisis Data.....	34
1. Pengujian Persyaratan Instrumen	34
a. Uji Validitas.....	34
b. Uji Realibilitas.....	35
2. Pengujian Persyaratan Analisis	35
a. Uji Normalitas	36
b. Uji linieritas	36
c. Uji Homogenitas.....	36
3. Model Analisis	37
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
b. Uji Parsial (Uji - T)	38
c. Uji Simultan (Uji - F).....	38
d. Koefisien Determinasi (Uji R^2)	39
G. Hipotesis Statistik.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	41
1. Sejarah Singkat Klinik Skincare Rannia	41
2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	42
3. Tugas Pokok dan Fungsi Perusahaan	42
B. Hasil Penelitian	44
1. Pengujian Persyaratan Instrumen	45
a. Uji Validitas.....	45
b. Uji Reliabilitas.....	46
2. Deskripsi Data Hasil Kuesioner	46
3. Pengujian Persyaratan Analisis	54
a. Uji Normalitas	54

b. Uji linieritas	55
c. Uji Homogenitas	57
4. Model Analisis	58
a. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	58
b. Uji Parsial (Uji-T)	60
c. Uji Simultan (Uji-F)	61
d. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	62
C. Hipotesis Statistik	62
D. Pembahasan Hasil Penelitian	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	68
B. Saran	68
DAFTAR LITERATUR	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Pengunjung	3
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. Kisi-kisi Kuisisioner	31
Tabel 4. Alternatif Jawaban	34
Tabel 5. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Harga (X1)	47
Tabel 6. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Kualitas Produk (X2).....	49
Tabel 7. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Media Sosial Instagram (X3)	50
Tabel 8. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Kepuasan Pelanggan (X4)	52
Tabel 9. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	53
Tabel 10. Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 11. Hasil Uji Linearitas Harga dan Loyalitas Pelanggan	55
Tabel 12. Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk dan Loyalitas Pelanggan	55
Tabel 13. Hasil Uji Linearitas Media Sosial dan Loyalitas Pelanggan	56
Tabel 14. Hasil Uji Linearitas Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	56
Tabel 15. Hasil Uji Homogen Loyalitas Pelanggan atas Harga	57
Tabel 16. Hasil Uji Homogen Loyalitas Pelanggan atas Kualitas Produk	57
Tabel 17. Hasil Uji Homogen Loyalitas Pelanggan atas Media Sosial	58
Tabel 18. Hasil Uji Homogen Loyalitas Pelanggan atas Kepuasan	58
Tabel 19. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 20. Hasil Uji T	60
Tabel 21. Hasil Pengujian Simultan (Uji F).....	61
Tabel 22. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	62
Tabel 23. Hasil Pengujian Pengaruh Harga (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	63
Tabel 24. Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	63
Tabel 25. Hasil Pengujian Pengaruh Media Sosial Instagram (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	64
Tabel 26 Hasil Pengujian Pengaruh Kepuasan Pelanggan (X4) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	26
Gambar 2. Struktur Organisasi Klinik Skincare Rannia Dermacare Beauty Skin Kota Metro	42
Gambar 3. Histogram Skor Variabel Harga (X1).....	48
Gambar 4. Histogram Skor Variabel Kualitas Produk (X2)	49
Gambar 5. Histogram Skor Variabel Media Sosial Instagram (X3)	51
Gambar 6. Histogram Skor Variabel Kepuasan Pelanggan (X4).....	52
Gambar 7. Histogram Skor Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	76
Lampiran 2. Hasil Kuesioner.....	90
1. Data Mentah Variabel Harga (X1).....	90
2. Data Mentah Variabel Kualitas Produk (X2).....	93
3. Data Mentah Variabel Media sosial Instagram (X3).....	96
4. Data Mentah Variabel Kepuasan Pelanggan (X4)	99
5. Data Mentah Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	102
6. Skor Total Variabel.....	105
Lampiran 3. Hasil Pengujian.....	108
Lampiran 4. R tabel, T tabel dan F table	121