MODEL KESETIAAN PELANGGAN PRIA DALAM INDUSTRI PERAWATAN KULIT

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Sebagai Syarat Guna Memenuhi Gelar Sarjana Program Sastra (S1) Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi

Oleh:

Heni Puspitasari

16180441L

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SETIA BUDI

SURAKARTA 2022

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

MODEL KESETIAAN PELANGGAN PRIA DALAM INDUSTRI PERAWATAN KULIT

Disusun oleh:

Heni Puspitasari

NIM 1618044L

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing untuk diajukan di depan tim penguji pada

Hari : Kamis

Tanggal : 30 Juni 2022

Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II
Dr. Waluyo Budi Atmoko, M.M.	Nang Among Budiadi,S.E,M.Si.
NIS 00199609141059	NIS 0120050401109

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Didik Setyawan, S.E., M.M., M.Sc.

NIS 01200807161126

LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI

MODEL KESETIAAN PELANGGAN PRIA DALAM INDUSTRI PERAWATAN KULIT

Skripsi ini telah dipertahankan didepan Sidang Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi pada:

Hari :

Tanggal :

1. Ariefah Yulandari, SE., MM.
   NIS 01201101102132 (.....) Penguji I

2. Finisha Mahaestri Noor, B.Com., MPH.
   NIS 01201706162224 (.....) Penguji II

3. Nang Among Budiadi, SE., M.Si
   NIS 01200504011109 (.....) Penguji III

4. Dr. Waluyo Budi Atmoko, MM.
   NIS 00199609141059 (.....) Penguji IV

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi	Ketua Program Studi Manajemen
Dr. Widi Hariyanti, S.E., M.Si.	Dr. Didik Setyawan, SE., M.M., M.Sc.
NIS. 012000504012113	NIS. 0120087161126

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan judul skripsi "MODEL KESETIAAN PELANGGAN PRIA DALAM INDUSTRI PERAWATAN KULIT" Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dari ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari saya terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan yang berlaku.

Surakarta, 30 Juni 2022

Heni Puspitasari

MOTTO

“Allah adalah Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Allah akan membantu hambanya yang dengan sungguh-sungguh meminta pertolongan.”

(QS: Yusuf ayat 87)

“Dan Dia bersama kamu di mana saja kamu berada. Dan Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan. ”

(Q.S Al-Hadid ayat 4)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah Swt. Zat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat, dan kasih sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "MODEL KESETIAAN PELANGGAN PRIA DALAM INDUSTRI PERAWATAN KULIT. Shalawat dan salam kepada Rasulullah Saw. yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia. Penulisan skripsi ini betujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta. Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang senantiasa memberikan bantuan, masukkan, dan semangat dengan berbagai cara. Penulis dengan penuh rasa hormat dan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dengan berbagai cara kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Djoni Tarigan, M.B.A., selaku Rektor Universitas Setia Budi Surakarta.
2. Ibu Dr. Widi Hariyanti, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta.
3. Bapak Dr. Didik Setyawan, S.E., M.M., M.Sc., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Setia Budi Surakarta.
4. Bapak Dr. Waluyo Budi Atmoko, M.M., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan serta waktu dengan penuh keikhlasan dan kesabaran demi terselesaikannya skrpisi ini.

5. Bapak Nang Among Budiadi, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah memberika bimbingan dan pengarahan serta waktu demi terselesaikannya skripsi ini.
6. Kedua orang tua yang saya cintai, Bapak Mustakim dan Ibu Sri Wahyuni yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan penuh kepada saya baik secara moral maupun material.
7. Seluruh dosen pengajar dan staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta yang telah membagikan dan memberikan ilmu dan bimbingan selama perkuliahan.
8. Kenneth King Widyananto Honggo yang menemani, memberikan motivasi dan membantu mengerjakan skripsi
9. Semua teman - teman yang ada di Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi angkatan 2018 Seluruh responden yang telah membantu mengisi kuesioner

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ilmu pemasaran. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan rahmat dan rida-Nya kepada kita semua.

Surakarta, Juni 2022

Penulis

INTISARI

Puspitasari., Heni. 2022. Model Kesetiaan Pelanggan Pria Dalam Industri Perawatan Kulit. Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta. Pembimbing I Dr. Waluyo Budi Atmoko, M.M. Pembimbing II Nang Among Budiadi, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel kesetian pelanggan. Kesetiaan pelanggan disebabkan oleh kepuasaan pelanggan dan kepercayaan pelanggan dalam industri perawatan kulit. Kepuasaan pelanggan serta kepercayaan pelanggan dipengaruhi oleh harga. Data diperoleh melalui kuisioner yang dibagikan pada pelanggan pria pengguna perawatan kulit di Surakarta. Teknik penyampelan yang digunakan yaitu *Purposive sampling* sebanyak 200 responden. Uji hipotesis menggunakan analisis permodelan persamaan struktural (*Structural Equation Modelling* – SEM). Hasil penelitian mendapatkan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kepercayaan pelangga, kepuasaan pelanggan serta kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap kesetiaan pelanggan industri perawatan kulit.

Kata kunci: Kesetiaan pelanggan, Kepuasaan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Harga.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI ii
LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv
MOTTO v
KATA PENGANTAR vi
INTISARI viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
1 DAFTAR GAMBAR xiii
2 DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 2
1.3 Pertanyaan Penelitian 2
1.4 Tujuan Penelitian 3
1.5 Manfaat Penelitian 3
1.5.1 Manfaat Teoretis 3
1.5.2 Manfaat Praktis 3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 4
2.1 Kesetiaan Pelanggan 4
2.2 Kepuasan Pelanggan 4
2.3 Kepercayaan Pelanggan 5
2.4 Harga 5
2.5 Model Penelitian 7
BAB III METODE PENELITIAN 8
3.1 Desain Penelitian 8

3.2 Pengukuran Variabel 8
3.2.1 Kesetiaan Pelanggan 8
3.2.2 Kepuasaan Pelanggan 8
3.2.3 Kepercayaan Pelanggan 9
3.2.4 Harga 9
3.3 Pengujian Instrumen Penelitian 9
3.3.1 Uji Validitas 9
3.3.2 Uji Reliabilitas 10
3.4 Teknik Penyampelan 10
3.4.1 Populasi 10
3.4.2 Sampel 10
3.4.3 Pengambilan sampel 11
3.5 Objek Menelitian 11
3.6 Metode Pengumpulan Data 11
3.7 Analisis Data 11
3.7.1 Structural Equation Modelling-SEM 11
3.7.3 Uji Signifikasi Model (Uji F) 13
3.7.5 Koefesien Determinan (R^2) 13
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 14
4.1 Deskripsi Sampel 14
4.1.1 Deskripsi Sampel Berdasarkan Usia 14
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Sampel Berdasarkan Pendidikan 14
4.1.3 Deskripsi Karakteristik Sampel Berdasarkan Pekerjaan 15
4.1.4 Deskripsi Sampel Berdasarkan Pendapatan 15
4.2 Deskripsi Tanggapan Responden dalam Variabel 16
4.2.1 Destribusi Tanggapan Responden dalam Variabel Kesetiaan Pelanggan Menggunakan Perawatan Kulit 16
4.2.2 Distribusi Tanggapan Responden dalam Variabel Kepuasan Pelanggan Menggunakan Perawatan Kulit 16
4.2.3 Distribusi Tanggapan Responden dalam Variabel Kepercayaan Pelanggan Menggunakan Perawatan Kulit 17

4.2.4 Distribusi Tanggapan Responden dalam Variabel Harga Perawatan Kulit 18
4.3 Hasil Analisis Data 18
4.3.1 Uji Kesuaian Model Struktural dengan Data *(Goodness of Fit)* 18
4.3.2 Pengujian Signifikansi Hubungan Antar Variabel (Uji Hipotesis) 20
4.4 Pembahasan 20
4.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasaan Pelanggan Industri Perawatan Kulit 20
4.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepercayaan Pelanggan Industri Perawatan Kulit 21
4.4.4 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kesetiaan Pelanggan Industri Perawatan Kulit 22
BAB V PENUTUP 24
5.1 Kesimpulan 24
5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran Riset di Masa Datang 24
5.3 Implikasi Manajerial 25
DAFTAR PUSTAKA 28
LAMPIRAN 31

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Kuesioner 9
Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner 10
Tabel 3. 3 Kriteria Goodness of Fit model 12
Tabel 4. 1 Distribusi sampel Berdasarkan Usia 14
Tabel 4. 2 Distribusi Sampel Berdasarkan Pendidikan 14
Tabel 4. 3 Distribusi Sampel Berdasarkan Pekerjaan 15
Tabel 4. 4 Distribusi Sampel Berdasarkan Pendapatan 15
Tabel 4. 5 Distribusi tanggapan responden pada variabel Kesetiaan Pelanggan 16
Tabel 4. 6 Distribusi tanggapan responden pada variabel Kepuasan Pelanggan 16
Tabel 4. 7 Distribusi tanggapan responden pada variabel Kepercayaan Pelanggan 17
Tabel 4. 8 Distribusi tanggapan responden pada variabel Harga 18
Tabel 4. 9 Hasil Goodness of Fit 19
Tabel 4. 10 Hasil Analisis uji Signifikansi Hubungan Antar Variabel 20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian..... 7
Gambar 4.1 Hasil Model SEM Hubungan Antar Variabel …….……18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian …….30
Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian ……..35
Lampiran 3. Uji Validitas Kuesioner ……41
Lampiran 4. Uji Reliabilitas Kuesioner ……41
Lampiran 5. Uji SEM *(Structural Equation Modelling)* ……44

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Merawat kulit wajah secara teratur penting bagi kesehatan kulit, terutama bagi orang yang sering berada diluar rumah. Kulit perlu dilindungi dari polusi dan paparan sinar matahari langsung. Perawatan kulit wajah telah menjadi kebutuhan sangat penting bagi para wanita. Namun saat ini pria juga mengonsumsi produk perawatan kulit.

Hasil riset dari perusahaan Euro RSCG memaparkan "metroseksual" adalah sebuah tren pria masa depan. Topik ini menjadi perbincangan dan telah menjadi model global di seluruh dunia. Tren menggunakan perawatan kulit pada pria didorong oleh makin tersebar luasnya majalah-majalah khusus pria yang mengangkat topik mengenai perlunya menjaga penampilan, kebersihan tubuh, kemaskulinan dan lainnya.

Menurut Koran Tempo edisi 25 Maret 2009, dikonfirmasi pengguna produk perawatan pembersih tubuh di Indonesia sekitar 32.9% dan satu tahun berikutnya tahun 2010 terjadi kenaikan secara drastis pengguna produk perawatan kulit pada pria sebesar 46.5% pada tahun 2009.

Pada tahun 2020, adanya pergeseran tren bahwa kesadaran laki laki tentang pentingnya menggunakan produk perawatan kulit semakin berkembang. Menurut
(Basyarahil, 2022). Memaparkan bahwa pada tahun 2022 ini, secara global terdapat 86% pria menggunakan produk perawatan kulit.

Di Indonesia, tren di atas merupakan hal baru yang muncul. Komunikasi pemasaran dulunya perawatan kulit mayoritas perempuan, kini kesadaran laki-laki menggunakan produk perawatan kulit mulai meningkat. Posisi perawatan kulit sendiri pun kini berada pada dua sisi yang berlawanan dengan mendefinisikan ulang pria yang menarik dan maskulin di saat yang bersamaan (Kumparan.com, 2019).

Dengan berkembangnya kesadaran pria tentang pentingnya kesehatan kulit serta memiliki keinginan untuk menjaga kulit agar lebih sehat dan terawat, telah mendorong industri perawatan kulit makin berkembang. Fenomena tersebut mendorong perusahaan perawatan kulit menciptakan trobosan baru dalam upaya mempertahankan pasar. Terobosan pasar ini penting agar perusahaan tetap dapat beroperasi secara menguntungkan.

Terobosan pasar dapat berupa: peningkatkan penjualan, perluasan produk/merek, kesadaran produk, dan kepuasan pelanggan. Implikasi logis dari sejumlah terobosan pasar tersebut bermuara pada terciptanya kesetiaan.

1.2 Rumusan Masalah

Studi berhasil mengidentifikasi kesenjangan penelitian: makin banyaknya jasa perawatan kulit dan kesamaan jenis layanan di antara penyedia jasa perawatan kulit telah memicu persaingan ketat di pasar industri perawatan kulit. Faktor kunci untuk bertahan dalam persaingan adalah terbentuknya kesetiaan pelanggan. Dalam upaya membangun kesetiaan pelanggan, perusahaan telah melancarkan berbagai program pemasaran, namun sujumlah pelanggan tetap berpindah ke pesaing. Oleh karena itu, perlu diidentifikasi faktor-faktor yang membentuk dan menguji pengaruhnya pada kesetiaan.

Kesetiaan pelanggan untuk perusahaan muncul dari kepuasan yang diterima oleh pengalaman pelanggan dengan menggunakan produk atau jasa yang diberikan (Ahrhold *et al*., 2019). Oleh karena itu, upaya memperkuat kepuasan akan meningkatkan kesetiaan,

Nayebzadeh *et al.* (2013) menyatakan kepercayaan pelanggan merupakan elemen penting dalam upaya mempertahankan hubungan jangka panjang antar pelanggan dan perusahaan. Jadi kesetiaan pelanggan sangat ditentukan oleh kepercayaan pelanggan.

Harga juga memiliki peran penting dalam kepercayaan. Pelanggan bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk produk yang bagus (Zehir, 2011). (Kim dan Izak, 2009) menyatakan bahwa ada pengaruh positif antara harga dengan kepercayaan. Harga juga memiliki peran penting dalam kepuasan pelanggan. Kepuasan dan kepercayaan pelanggan rendah karena harga yang lebih rendah. Ketidakpuasan serta ketidakperpercayaan disebabkan oleh faktor pemicu harga rendah. Pembentukan harga tinggi terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan. (Marinkovic, 2017**)** menyatakan ketidakadilan harga yang dirasakan dapat menyebabkan tanggapan sikap dan perilaku negatif, ketidakpuasan, keluhan, sehingga pelanggan beralih ke penyedia lain.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka dapat diajukan pertanyaan penelitian:

1) Apakah harga produk berpengaruh kepada kepuasan pelanggan?
2) Apakah Harga produk berpengaruh kepada kepercayaan pelanggan?
3) Apakah kepuasan berpengaruh kepada kesetiaan pelanggan?
4) Apakah kepercayaan berpengaruh kepada kesetiaan pelanggan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, maka tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1) Menguji pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk perawatan kulit.
2) Menguji pengaruh harga terhadap kepercayaan pelanggan dalam menggunkan produk perawatan kulit.
3) Menguji pengaruh kepuasan terhadap kesetiaan pelanggan dalam menggunakan produk perawatan kulit.
4) Menguji pengaruh kepercayaan terhadap kesetiaan pelanggan dalam menggunakan produk perawatan kulit.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian mencakup manfaat teoretis dan praktis. Manfaat teoretis terkait dengan tujuan penelitian untuk menjelaskan, memprediksi, dan memahami suatu fenomena penelitian. Manfaat teoretis terkait erat dengan pihak-pihak yang dapat mengembil manfaat dari hasil penelitian.

1.5.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini dapat menjadi refrensi dan sumbangsih bagi perusahaan kecantikan agar dapat mengembangkan ilmu pemasaran, khususnya pengaruh kesetiaan pelanggan pria dalam penggunaan produk perawatan kulit.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapakan memberikan manfaat bagi perusahaan kecantikan, khususnya bidang pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan, perluasan produk dengan sasaran target pelanggan pria. Dalam upaya ini dapat menerapkan kesetiaan pada pelanggan pria dalam penggunaan produk perawatan kulit