

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PRODUK SCARLETT WHITENING MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

SKRIPSI



**Oleh:
Windriyani Purba
210910197**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PRODUK SCARLETT WHITENING MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Windriyani Purba
210910197**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Windriyani Purba
Npm : 210910197
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Proposal Skripsi yang saya buat dengan judul:
"Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Scarlett Whitening melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening"

Merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan "Duplikasi" dari karya orang lain. Dengan ini dapat saya pastikan bahwa di dalam naskah proposal saya ini, tidak ada karya ilmiah atau pendapat orang lain, yang sebelumnya sudah ada di dalam karya ilmiah dan di sebutkan di dalam sumber kutipadan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah proposal skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah proposal skripsi ini digugurkan dan proposal skripsi yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai peraturan perundang undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada unsur paksaan dari pihak mana pun.

Batam, 03 Februari 2025



Windriyani Purba

210910197

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PRODUK SCARLETT WHITENING MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh:

Windriyani Purba

210910197

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal

Seperti yang tertera dibawah ini

Batam, 03 Februari 2025



Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D

Pembimbing



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas dan inovasi produk Scarlett Whitening memengaruhi loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan dengan produk tersebut di Kota Batam. Mereka yang terlibat dalam penelitian ini adalah individu yang telah menggunakan produk tersebut setidaknya sekali. Metode pengambilan sampel purposive menggunakan rumus Lemeshow untuk 100 responden. Kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 26,4 persen terhadap loyalitas pelanggan dan inovasi produk memiliki pengaruh sebesar 86,2 persen terhadap loyalitas pelanggan, menurut hasil analisis data regresi linear berganda. Menurut hasil pengujian koefisien determinasi (R^2), kepuasan pelanggan berkontribusi sebesar 76,1% terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, uji t dan uji f menunjukkan bahwa kualitas produk, inovasi produk, dan kepuasan pelanggan berkontribusi sebesar 91,8% dari variasi dalam loyalitas pelanggan baik secara individu maupun secara keseluruhan.

Kata kunci: Kualitas Produk; Inovasi Produk; Loyalitas Pelanggan; Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine how the quality and innovation of Scarlett Whitening products affect customer loyalty and customer satisfaction with the product in Batam City. Those involved in this study were individuals who had used the product at least once. The purposive sampling method used the Lemeshow formula for 100 respondents. Product quality has an influence of 26.4 percent on customer loyalty and product innovation has an influence of 86.2 percent on customer loyalty, according to the results of multiple linear regression data analysis. According to the results of the determination coefficient (R^2) test, customer satisfaction contributes 76.1% to customer loyalty. In addition, the t-test and f-test show that product quality, product innovation, and customer satisfaction contribute 91.8% of the variation in customer loyalty both individually and overall.

Keywords: Product Quality; Product Innovation; Customer Loyalty; Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya maka penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian yang diberikan oleh Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat dengan syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan, baik dari penulisan maupun penggunaan tata bahasa. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari jika skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI, selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Inda Sukati, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Para responden pengguna Scarlett Whitening yang telah memberikan kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Kedua Orang Tua penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang hendak penulis lakukan.

Dengan demikian meskipun penulis sudah memberikan yang terbaik dalam penelitian ini, masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini. Hal ini disebabkan masih minimnya ilmu yang dimiliki oleh penulis. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun yang dimana bisa menyempurnakan penulisan penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap agar hasil penelitian ini bermanfaat dalam pengembangan Ilmu Manajemen, baik bagi praktisi maupun masyarakat. Semoga Tuhan memberkati semua yang telah mendukung penyelesaian penelitian ini.

Batam, 03 Februari 2025



Windriyani Purba



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR RUMUS.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah	7
1.4. Rumusan Masalah.....	8
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	10
1.6.2. Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teori	12
2.1.1. Kualitas Produk.....	12
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Produk	12
2.1.1.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk.....	13
2.1.1.3. Indikator Kualitas Produk	14
2.1.2. Inovasi produk	15
2.1.2.1. Pengertian Inovasi Produk	15
2.1.2.2. Indikator Inovasi Produk.....	17
2.1.3. Loyalitas Pelanggan	17
2.1.3.1. Ciri Loyalitas pelanggan	19
2.1.3.2. Tahapan loyalitas pelanggan.....	19
2.1.3.3. Indikator Loyalitas Pelanggan	20
2.1.4. Kepuasan Pelanggan	22
2.1.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	22
2.1.4.2. Indikator kepuasan pelanggan.....	23
2.1.4.3. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan	24
2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3. Kerangka Berfikir	33
2.3.1. Hubungan Kualitas produk dan loyalitas pelanggan.....	33
2.3.2. Inovasi produk dan loyalitas pelanggan.....	34
2.3.3. Peran kepuasan pelanggan dalam hubungan kualitas produk dan loyalitas pelanggan.....	34

2.3.4.	Peran kepuasan pelanggan dalam hubungan anatar inovasi produk dan loyalitas pelanggan.....	34
2.4.	Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1.	Jenis Penelitian.....	38
3.2.	Sifat Penelitian	39
3.3.	Lokasi dan Periode Penelitian.....	39
3.3.1.	Lokasi Penelitian.....	39
3.3.2.	Periode Penelitian	39
3.4.	Populasi dan Sampel.....	40
3.4.1.	Populasi.....	40
3.4.2.	Sampel	40
3.4.3.	Tehnik Penentuan Besar Sampel	41
3.4.4.	Tehnik Sampling.....	42
3.5.	Sumber Data.....	42
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	43
3.7.	Defenisi Operasi Variabel.....	45
3.7.1.	Variabel Indepeden (X).....	46
3.7.2.	Variabel Dependen (Y)	47
3.7.3.	Variabel Intervening (Z)	47
3.8.	Metode Analisis Data.....	48
3.8.1.	Uji Statistik Deskriptif	48
3.8.2.	Uji Kualitas Data.....	49
3.8.2.1.	Uji Validitas	50
3.8.2.2.	Uji Reliabilitas	51
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik.....	52
3.8.3.1.	Uji Normalitas.....	52
3.8.3.2.	Uji Multikolinearitas	54
3.8.3.3.	Uji Heteroskedastisitas	55
3.8.4.	Uji Pengaruh	55
3.8.4.1.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
3.8.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	56
3.9.	Uji Hipotesis	57
3.9.1.	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	57
3.9.2.	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.1.1.	Sejarah Produk Scarlett Whitening	61
4.1.2	Visi dan Misi Objek Penelitian	62
4.1.3.	Logo Objek Penelitian	62
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	62
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2.	Usia Responden	63
4.2.3.	Pendidikan Terakhir Responden	64
4.2.4.	Penghasilan Responden	65
4.2.5.	Pengguna Produk Responden.....	65

4.3.	Deskripsi Jawaban Responden.....	66
4.3.1.	Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_1).....	66
4.3.2.	Deskripsi Variabel Inovasi Produk (X_2)	68
4.3.3.	Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	69
4.3.4.	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	71
4.4.	Analisis Data.....	73
4.4.1.	Uji Kualitas	73
4.4.1.2.	Hasil Uji Reliabilitas	76
4.4.2.	Uji Asumsi Klasik.....	77
4.4.2.2.	Hasil Uji Normalitas	77
4.4.2.3.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	79
4.4.2.4.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
4.4.3.	Uji Pengaruh	80
4.4.3.2.	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	80
4.4.3.3.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	82
4.5.	Pengujian Hipotesis	82
4.5.1.	Hasil Uji t.....	82
4.5.2.	Hasil Uji F.....	83
4.6.	Pembahasan.....	84
4.6.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	84
4.6.2.	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	85
4.6.3.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas pelanggan	85
4.6.4.	Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui kepuasan Pelanggan	86
4.7.	Implikasi Hasil Penelitian	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Simpulan	89
5.2.	Saran	89
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN 1.....		143
LAMPIRAN 2.....		143
LAMPIRAN 3.....		145

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Merek Skincare yang paling laris.....	2
Gambar 1.2 Product Scarlett Whitening	3
Gambar 1.3 Data Penjualan Scarlett Whitening	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 Logo Scarlett Whitening	62
Gambar 4.2 Diagram Histogram.....	77
Gambar 4.3 Diagram Normal P-Plot of Regression Standardized Residual.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Periode Penelitian	39
Tabel 3.2 Skala likert	44
Tabel 3.3 Rentang Skala	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	65
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Produk	65
Tabel 4.6 Skor Indiator Variabel Kualitas Produk	66
Tabel 4.7 Skor Indiator Variabel Inovasi Produk	68
Tabel 4.8 Skor Indiator Variabel Loyalitas Pelanggan	69
Tabel 4.9 Skor Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan	71
Tabel 4.10 Uji Validitasi Kualitas Produk (X1)	73
Tabel 4.11 Uji Validitas Inovasi Produk (X2)	73
Tabel 4.12 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)	74
Tabel 4.13 Uji Validitasi Kepuasan Pelanggan (Z)	75
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.15 Hasil Uji One-Sampel Kolomogotov-Smirnov	78
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	79
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas Park Gleyser	79
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	80
Tabel 4.19 Hasil Uji Square	81
Tabel 4.20 Hasil Uji T	82
Tabel 4.21 Hasil Uji F	83

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Lemeshow	41
Rumus 3.2 Rentang Skala.....	48
Rumus 3.3 Koefisien Pearson Product Moment.....	50
Rumus 3.4 Metode Cronbach's Alpha	52
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda	56
Rumus 3.6 Uji t.....	57
Rumus 3.7 Uji F	57