

***Analysis of Customer Loyalty Related to Quality, Price and Product
Design and Customer Satisfaction as Intervening Variables
(Study on Wardah Brand Cosmetic Users)***

By Andi Ema Damayanti

ABSTRACT

This research is driven by efforts aimed at consumer needs with the hope that consumers are satisfied and will make repeat purchases. This research aims to determine the influence of quality, price and product design directly or indirectly on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable in purchasing cosmetics Wardah Research This study uses 100 Wardah consumers as a sample. Sample selection using purposive sampling technique. Hypothesis testing using path analysis and bootstrap calculations as well as direct and indirect testing using structural modeling (SEM). The test results show that customer loyalty is not directly affected by product quality and price. While the design variables and customer satisfaction have a significant direct influence on customer loyalty. Then there is an indirect effect between quality, price and product design on customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: *Product Quality, Price, Product Design, Customer Satisfaction, Loyalty*

Analisis Loyalitas Pelanggan Terkait Kualitas, Harga Dan Desain Produk Serta Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Kosmetik Brand Wardah)

Oleh Andi Ema Damayanti

ABSTRAK

Penelitian ini didorong oleh upaya yang ditujukan pada kebutuhan konsumen dengan harapan konsumen puas dan akan melakukan pembelian berulang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas, harga dan desain produk secara langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pembelian kosmetik Wardah. Penelitian ini menggunakan 100 konsumen Wardah sebagai sampel. Pemilihan sampel menggunakan teknik *Purposive sampling*. Pengujian hipotesis menggunakan path analysis dan perhitungan bootstrap serta pengujian langsung dan tidak langsung menggunakan permodelan struktural (SEM). Hasil pengujian menunjukkan Loyalitas pelanggan tidak dipengaruhi secara langsung oleh kualitas dan harga produk. Sedangkan variabel desain dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Lalu terdapat pengaruh tidak langsung antara kualitas, harga dan desain produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Desain Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas