



**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PIXY**

**SKRIPSI**

**MALIA DEVINA RAHMA 2110111099**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

**2024**



**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PIXY**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**MALIA DEVINA RAHMA 2110111099**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

**2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Malia Devina Rahma

NIM : 2110111099

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 4 Oktober 2024

Yang menyatakan,



(Malia Devina Rahma)

**PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Malia Devina Rahma  
NIM : 2110111099  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Analisis Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas  
Pelanggan Pixy**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 05 Desember 2024

Yang menyatakan,



(Malia Devina Rahma)

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

### ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PIXY

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**MALIA DEVINA RAHMA 2110111099**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 17 Desember 2024  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

**Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE, MM, CFMP**

**Ketua Penguji**

**Dienni Rahjatini Solihah, SE, MM**  
**Penguji I**

**Drs. Nobelson, MM, CPM**  
**Penguji II**

**Dr. Jubaedah, SE, MM**  
**Dekan**

**Siti Hidayati, SE, MM**  
**Koordinator Program Studi**

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 17 Desember 2024

# ***Analysis of Customer Satisfaction as an Intervening Variable on Pixy Customer Loyalty***

**By Malia Devina Rahma**

## **Abstract**

*This study was conducted to analyse the effect of Product Quality and Brand Trust on Customer Loyalty, with Customer Satisfaction as a mediating variable on Pixy beauty products in South Jakarta. The approach used in this research is quantitative. Data were collected through questionnaires distributed online using Google Form. The research population consists of users of Pixy products in the South Jakarta area, while the sampling method applied is purposive sampling. From this process, 100 respondents were obtained who fulfilled the criteria as users of Pixy products. Furthermore, the data collected was analysed using Structural Equation Modelling (SEM) techniques operated through SmartPLS version 4 software. The findings revealed that (1) Product Quality influences Customer Satisfaction, (2) Brand Trust impacts Customer Satisfaction, (3) Product Quality influences Customer Loyalty, (4) Brand Trust does not influence Customer Loyalty, (5) Customer Satisfaction influences Customer Loyalty, (6) Customer Satisfaction serves as a mediator in the link between Product Quality and Customer Loyalty, and (7) Customer Satisfaction mediates the connection between Brand Trust and Customer Loyalty.*

**Keyword:** *Product Quality, Brand Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

# **Analisis Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening terhadap Loyalitas Pelanggan Pixy**

**Oleh Malia Devina Rahma**

## **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan, dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi pada produk kecantikan Pixy di Jakarta Selatan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan secara daring menggunakan Google Form. Populasi penelitian terdiri dari pengguna produk Pixy di wilayah Jakarta Selatan, sementara metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah purposive sampling. Dari proses ini, diperoleh 100 responden yang memenuhi kriteria sebagai pengguna produk Pixy. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik Structural Equation Modelling (SEM) yang dioperasikan melalui perangkat lunak SmartPLS versi 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas Produk dan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, (2) Kepercayaan Merek dan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, (3) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, (4) Kepercayaan Merek tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, (5) Kepuasan Pelanggan dan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, (6) Kepuasan Pelanggan memediasi hubungan antara Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan, dan (7) Kepuasan Pelanggan memediasi hubungan antara Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Selasa, tanggal 17 Desember 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : **Malia Devina Rahma**

No.Pokok Mahasiswa : **2110111099**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Analisis Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening terhadap Loyalitas Pelanggan Pixy Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus*\*)**

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP	Ketua	1. ....
2	Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.	Anggota I	2. ....
3	Drs. Nobelson, MM	Anggota II **)	3. ....

#### Keterangan :

- \*) Coret yang tidak perlu
- \*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 17 Desember 2024  
Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayati SE, MM.



## **PRAKATA**

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun proposal penelitian dengan judul "Analisis Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening terhadap Loyalitas Pelanggan PIXY"

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Jubaedah, SE., MM., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan izin untuk penulisan penelitian ini.
2. Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I, MM., Ketua Jurusan Manajemen, yang telah memberikan arahan dalam penyusunan penelitian.
3. Siti Hidayati, SE., MM., Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana, atas arahan dan dukungannya.
4. Drs. Nobelson, MM, Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, dan bimbingan selama proses penyusunan penelitian ini.
5. Keluarga dan sahabat yang selalu memberikan doa, dukungan moral, dan semangat dalam setiap tahap penyelesaian penelitian ini.

Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran. Akhir kata, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik manajemen pemasaran, serta menjadi referensi yang berguna bagi penelitian selanjutnya

Jakarta, 17 Desember 2024

Malia Devina Rahma

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
Abstract .....	vi
Abstrak .....	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	vii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusah Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Hasil Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Pemasaran .....	9
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	11
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	13
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	14
2.1.5 Kepercayaan Merek .....	16
2.1.6 Kualitas Produk.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	19
2.3 Model Penelitian.....	28
2.3.1 Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan .....	29

2.3.2 Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	29
2.3.3 Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan .....	30
2.3.4 Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	30
2.3.5 Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	31
2.3.6 Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	31
2.3.7 Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	32
2.3 Hipotesis Penelitian.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.1.1 Definisi Operasional .....	34
3.1.2 Pengukuran Variabel .....	35
3.2 Populasi dan Sampel .....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3.1 Jenis Data.....	38
3.3.2 Sumber Data .....	38
3.3.3 Pengumpulan Data.....	39
3.4 Teknik Analisis Data.....	40
3.4.1 Teknik Analisis Data Deskriptif .....	40
3.4.2 Teknik Analisis Data Inferensial.....	41
3.4.3 Uji Validitas .....	44
3.4.4 Uji Reliabilitas .....	45
3.4.5 Uji Hipotesis .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	50
4.2 Deskripsi Data Penelitian .....	54
4.3 Uji Hipotesis dan Analisis .....	59
4.3.1 Analisis Data Deskriptif.....	59
4.3.2 Analisis Data Inferensial.....	65

4.3.3 Uji Mediasi Variance Accounted For (VAF).....	82
4.4 Pembahasan .....	83
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan .....	83
4.4.2 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	85
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan .....	87
4.4.4 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	89
4.4.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	91
4.4.6 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	92
4.4.7 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan .....	94
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	97
5.1 Simpulan.....	97
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	99
5.3 Saran .....	99
Daftar Pustaka .....	104
Lampiran .....	108

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Index Pixy .....	4
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya .....	25
Tabel 3. Tingkat Pengukuran Skala Likert .....	35
Tabel 4. Pengukuran Variabel .....	36
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	39
Tabel 6. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....	45
Tabel 7. Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan .....	60
Tabel 8. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan .....	61
Tabel 9. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan .....	62
Tabel 10. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	63
Tabel 11. Validitas Konvergen Loyalitas Pelanggan (Y).....	67
Tabel 12. Validitas Konvergen Kepuasan Pelanggan (Z) .....	68
Tabel 13. Validitas Konvergen Kepercayaan Merek (X2).....	69
Tabel 14. Validitas Konvergen Kualitas Prduk (X1) .....	70
Tabel 15. Nilai Average Variance Extracted .....	72
Tabel 16. Nilai Cross Loading Loyalitas Pelanggan (Y).....	73
Tabel 17. Nilai Cross Loading Kepuasan Pelanggan (Z) .....	74
Tabel 18. Nilai Cross Loading Kepercayaan Merek (X2).....	74
Tabel 19. Nilai Cross Loading Kualitas Produk (X1) .....	75
Tabel 20. Nilai Cronbach's Alpha .....	76
Tabel 21. Nilai Composite Reliability .....	77
Tabel 22. Nilai R-Square .....	78
Tabel 23. Nilai Q-Square .....	79
Tabel 24. Nilai T Statistik.....	80
Tabel 25. Variance Accounted For (VAF).....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Top 10 Brand Makeup Routine Masyarakat Indonesia .....	2
Gambar 2. 10 Brand Bedak Terlaris di Shopee Periode Maret 2024 .....	3
Gambar 3. Model Penelitian.....	29
Gambar 4. Langkah-langkah Menggunakan Partial Least Square .....	41
Gambar 5. Inner Model .....	42
Gambar 6. Outer Model.....	42
Gambar 7. Diagram Jalur PLS.....	44
Gambar 8. Logo PIXY .....	50
Gambar 9. Pixy 4 Beauty Benefits Series .....	51
Gambar 10. Pixy Make It Glow Series.....	52
Gambar 11. Pixy White Aqua Series .....	53
Gambar 12. Pixy Glowssentials Series.....	54
Gambar 13. Karakteristik Usia Responden .....	55
Gambar 14. Karakteristik Status Responden.....	56
Gambar 15. Karakteristik Penghasilan Per Bulan Responden .....	57
Gambar 16. Karakteristik Domisili Responden.....	58
Gambar 17. Outer Model.....	66
Gambar 18. Inner Model .....	78

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Pernyataan Kuesioner .....	108
Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden .....	114
Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden .....	126
Lampiran 4. Hasil Output SmartPLS 4 .....	128