



**ANALISA *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(STUDI PADA PELANGGAN PRODUK  
KOSMETIK WARDAH DI JAKARTA)**

**TESIS**

**BIMAYU RATI  
NIM. 2410121018**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2026**



**ANALISA *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(STUDI PADA PELANGGAN PRODUK  
KOSMETIK WARDAH DI JAKARTA)**

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Magister**

**BIMAYU RATI**

**NIM. 2410121018**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2026**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Bimayu Rati

NIM : 2410121018

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

Jakarta, 9 Juli 2026

Yang menyatakan,

  
10000  
METERAI  
TEMPEL  
15009A0X132027525 (Bimayu Rati)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bimayu Rati  
NIM : 2410121018  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen Magister  
Jenis Karya : Tesis

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

*Analisa Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi  
(Studi Pada Pelanggan Produk Kosmetik Wardah di Jakarta)*

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 Tesis 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 : 9 Juli 2026  
Yang menyatakan,

  
Bimayu Rati)

LEMBAR PENGESAHAN

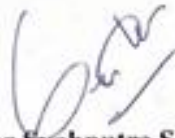
TESIS

**ANALISA *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(STUDI PADA PELANGGAN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI  
JAKARTA)**

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

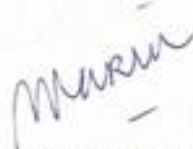
**BIMAYU RATI 2410121018**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 9 Juli 2026  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



(Dr. Guntur Syahputra Saragih, MSM)

Ketua Penguji



(Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S.,

MBA, CWM)

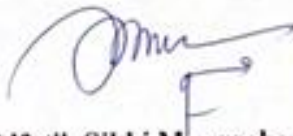
Penguji 1



(Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M.,

CFMP)

Penguji 2 (Pembimbing I)



(Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si)

Pembimbing II



Dr. Jubaedah, S.E., M.M

Dekan



Dr. Ranila Suciati, S.E., M.M., CFP.

Koordinator Prodi Magister  
Manajemen

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 9 Juli 2026

***ANALYSIS OF CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION  
AS A MEDIATING VARIABLE: A STUDY OF WARDAH COSMETIC PRODUCT  
IN JAKARTA***

***By Bimayu Rati***

**Abstract**

This study analyzes the influence of Perceived Quality and Price Perception on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a mediator for Wardah lip products in Jakarta. The decline in the Top Brand Index for five consecutive years is the main background. This quantitative research involved 150 Wardah customers in Jakarta selected through non-probability sampling. Data were analyzed using PLS-SEM. The results show that Perceived Quality has a positive and significant effect on Customer Loyalty, both directly and through Customer Satisfaction. Conversely, Price Perception does not significantly affect Customer Loyalty directly, but it does have a significant indirect effect through Customer Satisfaction. Customer Satisfaction is proven to be the dominant factor influencing Customer Loyalty. These findings confirm that customer satisfaction is a crucial bridge between quality and price perceptions and loyalty. Therefore, Wardah is advised to prioritize enhancing satisfaction and maintaining consistent product quality to strengthen loyalty in the competitive cosmetics industry.

***Keywords :*** *Perceived Quality, Price Perception, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Wardah.*

**ANALISA *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
(STUDI PADA PELANGGAN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI JAKARTA)**

**Oleh Bimayu Rati**

**Abstrak**

Penelitian ini menganalisis pengaruh *Perceived Quality* dan *Price Perception* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai mediasi pada produk bibir Wardah di Jakarta. Fenomena penurunan *Top Brand Index* selama lima tahun berturut-turut menjadi latar belakang utama. Penelitian kuantitatif ini melibatkan 150 responden pelanggan Wardah di Jakarta yang dipilih secara *non-probability sampling*. Data dianalisis menggunakan PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*, baik secara langsung maupun melalui *Customer Satisfaction*. Sebaliknya, *Price Perception* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* secara langsung, namun berpengaruh signifikan secara tidak langsung melalui *Customer Satisfaction*. *Customer Satisfaction* terbukti menjadi faktor dominan yang memengaruhi *Customer Loyalty*. Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan jembatan penting antara persepsi kualitas dan harga dengan loyalitas. Oleh karena itu, Wardah disarankan untuk memprioritaskan peningkatan kepuasan dan konsistensi kualitas produk guna memperkuat loyalitas di tengah persaingan industri kosmetik yang ketat.

**Kata Kunci :** *Perceived Quality, Price Perception, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Wardah.*

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Februari 2026 sampai dengan Juni 2026 dengan judul “**Analisa *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pelanggan Produk Kosmetik Wardah di Jakarta)**”. Selama proses penelitian ini, penulis mendapatkan berbagai dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak, yaitu:

1. Allah SWT atas seluruh Rahmat dan pertolongan-Nya.
2. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta.
3. Ibu Dr. Dewi Cahyani Pangestuti, S.E., M.M. Selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta.
4. Ibu Dr. Ranila Suciati, S.E., MM., CFP. Selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta.
5. Bapak Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP dan Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si Selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa memberikan bimbingan, masukan, dukungan, dan arahan kepada penulis.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Jakarta, 9 Juli 2026



Bimayu Rati

## DAFTAR ISI

|                                                           |      |
|-----------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                                       | ii   |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....                     | iv   |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                   | v    |
| Abstract.....                                             | vi   |
| Abstrak .....                                             | vii  |
| PRAKATA .....                                             | viii |
| DAFTAR ISI .....                                          | ix   |
| DAFTAR TABEL .....                                        | xii  |
| DAFTAR GAMBAR.....                                        | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                     | xiv  |
| BAB I.....                                                | 1    |
| PENDAHULUAN .....                                         | 1    |
| 1.1    Latar Belakang.....                                | 1    |
| 1.2    Rumusan Masalah .....                              | 7    |
| 1.3    Tujuan Penelitian.....                             | 7    |
| 1.4    Manfaat Penelitian.....                            | 8    |
| BAB II .....                                              | 9    |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                                    | 9    |
| 2.1    Landasan Teori .....                               | 9    |
| 2.1.1    Manajemen Pemasaran .....                        | 9    |
| 2.1.2    Perilaku Konsumen .....                          | 10   |
| 2.1.3    Customer Loyalty .....                           | 12   |
| 2.1.4    Customer Satisfaction.....                       | 14   |
| 2.1.5    Perceived Quality .....                          | 16   |
| 2.1.6    Price Perception.....                            | 18   |
| 2.2    Penelitian Rujukan.....                            | 19   |
| 2.3    Kerangka Pemikiran .....                           | 40   |
| 2.4    Hipotesis Penelitian .....                         | 42   |
| BAB III.....                                              | 43   |
| METODE PENELITIAN .....                                   | 43   |
| 3.1    Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel ..... | 43   |
| 3.1.1    Definisi Operasional .....                       | 43   |

|                      |                                                                                 |    |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1.2                | Pengukuran Variabel .....                                                       | 44 |
| 3.2                  | Populasi dan Sampel.....                                                        | 44 |
| 3.2.1                | Populasi .....                                                                  | 44 |
| 3.2.2                | Sampel .....                                                                    | 45 |
| 3.3                  | Teknik Pengumpulan Data .....                                                   | 45 |
| 3.3.1                | Jenis Data.....                                                                 | 45 |
| 3.3.2                | Sumber Data .....                                                               | 46 |
| 3.3.3                | Pengumpulan Data.....                                                           | 46 |
| 3.4                  | Teknis Analisis Data.....                                                       | 47 |
| 3.4.1                | Pre – Test.....                                                                 | 48 |
| 3.4.2                | Analisis Statistik Deskriptif.....                                              | 48 |
| 3.4.3                | Analisis Statistik Inferensial .....                                            | 50 |
| 3.4.4                | Uji Data .....                                                                  | 53 |
| 3.4.5                | Uji Hipotesis .....                                                             | 54 |
| BAB IV               | .....                                                                           | 57 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | .....                                                                           | 57 |
| 4.1                  | Deskripsi Objek Penelitian .....                                                | 57 |
| 4.2                  | <i>Pre-Test</i> .....                                                           | 57 |
| 4.2.1                | Content Validity .....                                                          | 57 |
| 4.2.2                | Construct Validity .....                                                        | 58 |
| 4.3                  | Deskripsi Data Penelitian .....                                                 | 59 |
| 4.3.1                | Deskripsi Data Responden .....                                                  | 59 |
| 4.3.2                | Analisis Data Deskriptif .....                                                  | 62 |
| 4.4                  | Analisis Data Inferensial .....                                                 | 67 |
| 4.4.1                | Evaluasi Outer Model (Model Pengukuran).....                                    | 68 |
| 4.4.2                | Evaluasi Inner Model (Model Struktural) .....                                   | 74 |
| 4.5                  | Uji Hipotesis dan Analisis .....                                                | 81 |
| 4.5.1                | Uji Pengaruh Langsung (Direct Effect).....                                      | 81 |
| 4.5.2                | Uji Mediasi (Indirect Effect) .....                                             | 83 |
| 4.6                  | Pembahasan .....                                                                | 85 |
| 4.6.1                | Perceived Quality terhadap Customer Loyalty.....                                | 85 |
| 4.6.2                | Price Perception terhadap Customer Loyalty .....                                | 86 |
| 4.6.3                | Perceived Quality terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction ..... | 87 |
| 4.6.4                | Price Perception terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction .....  | 88 |

|                    |                                                       |     |
|--------------------|-------------------------------------------------------|-----|
| 4.6.5              | Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty ..... | 89  |
| BAB V              | .....                                                 | 91  |
| SIMPULAN DAN SARAN | .....                                                 | 91  |
| 5.1                | Simpulan.....                                         | 91  |
| 5.2                | Keterbatasan Penelitian .....                         | 93  |
| 5.3                | Saran .....                                           | 94  |
| DAFTAR PUSTAKA     | .....                                                 | 96  |
| RIWAYAT HIDUP      | .....                                                 | 102 |
| LAMPIRAN           | .....                                                 | 103 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu .....                                       | 33 |
| Tabel 2. Pengukuran Variabel .....                                                | 44 |
| Tabel 3. Skala Pengukuran Likert .....                                            | 46 |
| Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....                                     | 47 |
| Tabel 5. Interpretasi Nilai Persentase Responden .....                            | 49 |
| Tabel 6. Content Validity .....                                                   | 58 |
| Tabel 7. Construct Validity .....                                                 | 59 |
| Tabel 8. Responden Menurut Usia .....                                             | 60 |
| Tabel 9. Data Deskriptif Variabel Customer Loyalty.....                           | 63 |
| Tabel 10. Data Deskriptif Variabel Customer Satisfaction .....                    | 64 |
| Tabel 11. Data Deskriptif Variabel Perceived Quality .....                        | 65 |
| Tabel 12. Data Deskriptif Variabel Price Perception .....                         | 66 |
| Tabel 13. Pengujian Outer Loading (Measurement Model) Tahap Pertama.....          | 69 |
| Tabel 14. Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) .....                        | 70 |
| Tabel 15. Hasil Uji Cross Loading .....                                           | 71 |
| Tabel 16. Hasil Perhitungan Heterotrait-Monotrait Ratio .....                     | 73 |
| Tabel 17. Hasil Uji Composite Reliability .....                                   | 74 |
| Tabel 18. Nilai Inner VIF .....                                                   | 75 |
| Tabel 19. Hasil Uji $R^2$ .....                                                   | 76 |
| Tabel 20. Hasil Uji $F^2$ .....                                                   | 77 |
| Tabel 21. Tabel Nilai SRMR.....                                                   | 78 |
| Tabel 22. Nilai $Q^2_{\text{predict}}$ dari Prosedur $PLS_{\text{predict}}$ ..... | 79 |
| Tabel 23. Hasil CVPAT Model PLS-SEM vs. IA.....                                   | 80 |
| Tabel 24. Hasil CVPAT Model PLS-SEM vs. LM.....                                   | 80 |
| Tabel 25. Uji Hipotesis Pengaruh Langsung (Direct Effect).....                    | 82 |
| Tabel 26. Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect).....            | 83 |
| Tabel 27. Perhitungan Nilai Variance Accounted For (VAF).....                     | 84 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. Grafik Pasar Kosmetik Terbesar di Kawasan Asia Tenggara 2024 .....  | 1  |
| Gambar 2. Top 10 Beauty Brand in Southeast Asia.....                          | 2  |
| Gambar 3. Data Penurunan Indeks Produk Bibir Wardah.....                      | 3  |
| Gambar 4. Top 10 Brand Lokal Lipstik. ....                                    | 4  |
| Gambar 5. Ulasan positif produk Wardah Lite Skin Filter Cushion .....         | 4  |
| Gambar 6. Ulasan kurang memuaskan pada produk Wardah Glasting Liquid Lip..... | 5  |
| Gambar 7. Kerangka Pemikiran .....                                            | 40 |
| Gambar 8. Langkah-Langkah PLS .....                                           | 51 |
| Gambar 9. Diagram Jalur PLS.....                                              | 52 |
| Gambar 10. Logo Wardah .....                                                  | 57 |
| Gambar 11. Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....                         | 60 |
| Gambar 12. Pekerjaan Responden.....                                           | 61 |
| Gambar 13. Responden Menurut Domisili.....                                    | 61 |
| Gambar 14. Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Produk .....           | 62 |
| Gambar 15. Model Penelitian.....                                              | 68 |
| Gambar 16. Model Pengukuran (Outer Model).....                                | 68 |
| Gambar 17. Output Inner Model .....                                           | 75 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                        |     |
|----------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian ..... | 103 |
| Lampiran 2. Nilai T-Tabel.....         | 106 |