

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK *LIPCREAM* MEREK WARDAH
(STUDI PADA MAHASISWI MANAJEMEN ANGKATAN 2018
- 2021 UNIVERSITAS NUSA PUTRA SUKABUMI)**

SKRIPSI

SUSAN MELIA
20180080060



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI
2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK *LIPCREAM* MEREK WARDAH
(STUDI PADA MAHASISWI MANAJEMEN ANGKATAN 2018
- 2021 UNIVERSITAS NUSA PUTRA SUKABUMI)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam
Menempuh
Gelar Sarjana Manajemen*

**SUSAN MELIA
20180080060**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI 2022**

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PRODUK *LIPCREAM* MEREK WARDAH (STUDI
PADA MAHASISWI MANAJEMEN ANGKATAN 2018 - 2021
UNIVERSITAS NUSA PUTRA SUKABUMI
NAMA : SUSAN MELIA
NIM : 20180080060

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi, Juni 2022

Materai

SUSAN MELIA

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PRODUK *LIPCREAM* MEREK WARDAH (STUDI
PADA MAHASISWI MANAJEMEN ANGKATAN 2018 - 2021
UNIVERSITAS NUSA PUTRA SUKABUMI
NAMA : SUSAN MELIA
NIM : 20180080060

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang
Skripsi Sukabumi, 25 Juni 2022 Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai
dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen

Sukabumi, 25 Juni 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

M. Andri Juniansyah, M.M
NIDN. 0402068703

RR Amanna Dzikrillah
Lazuardini Luqman Al Hakim, M.BA
NIDN. 0408079005

Ketua Penguji

Ketua Program Studi

Dr. Hesri Mintawati
NIDN. 8955420021

Yusuf Iskandar, M.M
NIDN. 0415029302

PLT. Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora

Prrof. Dr. Ir. H. Koesmawan, M. Sc. MBA, DBA
NIDN. 0014075205

ABSTRACT

SUSAN MELIA. The Influence of Product Quality, Price, and Brand Image on Consumer Loyalty of Wardah Brand Lipcream Products (Study on Management Students at Nusa Putra Sukabumi University). Supervised by ANDRI JUNIANSYAH, M.M and RR AMANNA DZIKRILLAH LAZUARDINI LUQMAN AL HAKIM, M.BA.

The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price, and brand image on consumer loyalty for Wardah brand Exclusive Matte Lipcream at Management Students at Nusa Putra Sukabumi University). This research is included in quantitative research using survey methods, and this research is included in associative research. The sampling method used non-probability sampling with purposive sampling technique, and the types of data used were primary data and secondary data with data collection techniques using questionnaires. Analysis of data processing using Software Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 20 which includes validity test, reliability test, and classical assumption test consisting of normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test with statistical test of multiple linear regression analysis. The population in this study were Management Students at Nusa Putra Sukabumi University, the product of Lipcream Exclusive Matte, the Wardah brand. The sample in this study amounted to 130 respondents calculated using the Slovin formula. The results of this study indicate that simultaneously product quality, price, and brand image affect consumer loyalty for Wardah brand lip cream products in management students from the 2018-2021 class of Nusa Putra Sukabumi University. Partially, product quality, price, and brand image have a positive and significant effect on consumer loyalty.

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Consumer Loyalty.

ABSTRAK

SUSAN MELIA. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Konsumen Produk *Lipcream* Merek Wardah (Studi Pada Mahasiswi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi). Dibimbing oleh ANDRI JUNIANSYAH, M.M dan RR AMANNA DZIKRILLAH LAZUARDINI LUQMAN AL HAKIM, M.BA.

Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan *brand image* terhadap loyalitas konsumen produk *Lipcream Exclusive Matte* merek Wardah pada Mahasiswi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi). Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei, dan penelitian ini termasuk kedalam penelitian asosiatif. Metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, dan jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis pengolahan data menggunakan *Software Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 20 yaitu meliputi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dengan uji statistik analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi produk *Lipcream Exclusive Matte* merek Wardah. Sampel pada penelitian ini berjumlah 130 responden dihitung menggunakan rumus *Slovin*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk, harga, dan *brand image* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen produk lipcream merek Wardah pada mahasiswi manajemen angkatan 2018 – 2021 Universitas Nusa Putra Sukabumi. Secara parsial kualitas produk, harga, dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, *Brand Image*, Loyalitas Konsumen.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Konsumen Produk *Lipcream* Merek Wardah” (Studi Pada Mahasiswi Manajemen Angkatan 2018 - 2021 Univrsits Nusa Putra Sukabumi).**

Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang

sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi Bapak Dr. Kurniawan, ST., M.Si, MM.
2. Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi Bapak Anggy Pradiftha Junfithrana, M.T.
3. Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora Bapak Prrof. Dr. Ir. H. Koesmawan, M. Sc. MBA, DBA Universitas Nusa Putra Sukabumi.
4. Kepala Program Studi Manajemen Bapak Yusuf Iskandar, M.M.
5. Dosen Pembimbing I Universitas Nusa Putra Sukabumi Bapak M. Andri Juniansyah, M.M.
6. Dosen Pembimbing II Universitas Nusa Putra Sukabumi Ibu Amanna Dzirkillah Lazuardini Luqman Al Hakim, M.BA.
7. Para Dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi
8. Kedua orang tua ku yang selalu memberikan semangat, dukungan, do'a, dan kepercayaan serta telah banyak berkorban waktu, tenaga untuk penulis sehingga penulis bisa sampai titik ini.
9. Adik-adikku tercinta yang selalu memberikan semangat, keceriaan, kebahagiaan serta dukungan pada penulis.
10. Kihsan makbil yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan memberikan dukungan selama penyusunan skripsi hingga selesai.
11. Husnul, Enis, Rahma, Ifi, Gisna, Febia yang telah memberikan semangat empatlima kepada penulis.
12. Khaira, Dini, Sela, Febi, teman seperjuangan dari awal penyusunan skripsi hingga selesai.
13. Teman-teman tercinta dari kelas A Manajemen Angkatan 2018 yang telah berjuang bersama selama 8 semester

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan. Amin Yaa Rabbal'Alamin.

Sukabumi, 25 Juni 2022

Susan Melia

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUT DAFTAR	
HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN PENULIS	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Kualitas Produk.....	6
2.1.2 Harga.....	6
2.1.3 <i>Brand Image</i>	7
2.1.4 Loyalitas Konsumen	7
2.1.5 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	8
2.1.6 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	8
2.1.7 Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen	9
2.1.8 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	10
2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian	14
BAB III Metode Penelitian	
3.1 Jenis Penelitian	15
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	15
3.3 Jenis Data Penelitian	15
3.4 Variabel Operasional	16

3.4.1	Kualitas Produk	17
3.4.2	Harga	17
3.4.3	<i>Brand Image</i>	18
3.4.4	Loyalitas Konsumen	18
3.5	Teknik Pengumpulan Data	19
3.6	Populasi dan Sampel	19
3.6.1	Populasi	19
3.6.2	Sampel	20
3.7	Instrumen Penelitian	21
3.8	Teknik Analisis Data	21
3.8.1	Uji Validitas	21
3.8.2	Uji Reliabilitas	21
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	21
3.8.3.1	Uji Normalitas	22
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	22
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	22
3.8.4	Analisis Regresi Linier Berganda	22
3.8.5	Uji T (Parsial)	23
3.8.6	Uji F (Simultan)	23
3.8.7	Koefisien Determinan (R^2)	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	24
4.1.1	Profil Responden	24
4.2	Hasil Instrumen Penelitian	25
4.2.1	Hasil Uji Validitas	25
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	26
4.2.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	27
4.2.3.1	Hasil Uji Normalitas	27
4.2.3.2	Hasil Uji Multikolinearitas	27
4.2.3.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	28
4.2.4	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	29
4.2.5	Hasil Uji t (Parsial)	29
4.2.6	Hasil Uji f (Simultan)	31
4.2.7	Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)	31

4.3 Pembahasan	32
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 KESIMPULAN	34
5.2 SARAN	34
DAFTAR PUSTAKA	36

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan Harga <i>Lipcream Exclusive Matte</i>	2
Tabel 1.2 Top <i>Brand Index</i> Produk Merek Lipstik	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Poin Skala Likert	16
Tabel 3.2 Variabel Operasional	16
Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan Variabel Kualitas Produk	17
Tabel 3.4 Daftar Pertanyaan Variabel Harga	17
Tabel 3.5 Daftar Pertanyaan Variabel <i>Brand Image</i>	18
Tabel 3.6 Daftar Pertanyaan Variabel Loyalitas Konsumen	18
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	24
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Angkatan	24
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	25
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	26
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	27
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	28
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	28
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	29
Tabel 4.9 Hasil Uji t (Parsial)	29
Tabel 4.10 Hasil Uji f (Simultan)	31
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)	31

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Perkembangan Kosmetik Di Indonesia	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	14

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	41
Lampiran 2 Tabulasi Data Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	45
Lampiran 3 Tabulasi Data Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	46
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	52
Lampiran 5 Riwayat Hidup	56

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan kosmetik di masa sekarang menyebabkan persaingan dalam bisnis, tidak hanya sedikit perusahaan baru bermunculan serta menawarkan berbagai produk yang bervariasi, menghadapi persaingan yang semakin kompetitif perusahaan harus mampu untuk bisa menciptakan keunikan tersendiri agar bisa unggul diantara pesaing (Gadai, 2016). Menurut Direktur Jendral Industri Kecil Menengah dan Aneka (IKMA) Kementerian Perindustrian yang bernama Gati Wibaningsih menyatakan bahwa sektor perkembangan kosmetik masih tumbuh signifikan pada tahun 2020 ini. Hal inilah dapat diketahui pada Gambar 1.1 yaitu:



Gambar 1.1 Perkembangan Kosmetik Di Indonesia

Sumber: (www.bisnisindonesia.id, 2022)

Berdasarkan dari gambar grafik 1.1 diatas industri perkembangan kosmetik tiap tahun mengalami peningkatan, hal tersebut membuktikan kebutuhan kosmetik menjadi bagian penting khususnya dalam kalangan wanita. Dalam mempertimbangkan sebelum membeli suatu produk konsumen harus memperhatikan hal yang paling dasar ialah kualitas produk, harga, dan *brand image*. Saat ini banyak *brand* di Indonesia mencoba memperkenalkan produk untuk menarik para konsumen melalui media sosial, iklan, *brand ambassador*.

Di Indonesia sendiri terdapat beberapa merek *brand* kosmetik lokal yang beredar di pasaran diantaranya kosmetik Emina, Wardah, *Rellover Reaction*, ESQA, *Make Over*, BLP, *Luxcrime*, *Somethinc*, Mineral Botanica, Moko-Moko, *Dear Me Beauty*, dan lain sebagainya. Dari *brand* kosmetik lokal yang sudah diuraikan, penulis akan meneliti salah satu *brand* kosmetik lokal yaitu merek “Wardah”. Wardah adalah salah satu dari PT. Paragon Technology and Inovation atau dikenal dengan PT. PTI di dirikan pada tanggal 28 februari 1985 dengan awal nama PT. Pusaka Tradisi Ibu, pada tahun 1995 perusahaan tersebut memproduksi

brand wardah. Dari Wardah memiliki keunggulannya seperti produk Wardah aman dan halal, produk Wardah bisa dibeli di berbagai *store* diantaranya *official store, market place, e-commerce*, dan toko-toko kecantikan. Selain itu Wardah juga memiliki banyak kategori produk, dan Wardah telah mendapatkan sertifikat halal dari MUI (www.wardahbeauty.com). Adanya kualitas produk yang mempertimbangkan konsumen untuk membeli suatu produk kosmetik, hal inilah kualitas produk mampu memenuhi harapan konsumen.

Kualitas produk merupakan harapan bagi konsumen, kualitas adalah suatu kondisi yang bisa berubah apa yang dianggap berkualitas saat ini bisa jadi tidak berkualitas dimasa yang akan datang (Elizabeth Rahayu, 2020). Kualitas produk yang bagus akan terus membuat suatu perusahaan mempertahankan usahanya dan dapat kepercayaan dari konsumen serta mampu bersaing dengan pesaing lainnya, Menurut Naufal & Widyana, (2018) kualitas produk ialah hasil keahlian dari suatu barang untuk memuaskan konsumen dan melebihi harapan konsumen dari kualitas yang diinginkan, dan kualitas produk sendiri mampu mempengaruhi kepuasan konsumen karena dapat dinilai dari kemampuan suatu produk tersebut. Jadi dalam mengelola kualitas produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen, dengan adanya produk berkualitas maka konsumen akan lebih percaya dan tertarik terhadap produk yang dimiliki perusahaan.

Dari harga sendiri dapat mempengaruhi konsumen mengenai suatu merek produk tertentu namun tidak semua produk dengan harga tinggi mempunyai kualitas produk yang baik. Menurut Rahayu et al., (2022) “Harga adalah salah satu alat untuk proses pertukaran terhadap barang atau jasa, dan nilainya ditetapkan oleh produsen dan konsumen melalui tawar menawar dengan produk yang diperjualbelikan”. Dapat disimpulkan harga sendiri merupakan bagian penting dalam proses bisnis perusahaan karena besar kecilnya pendapatan dan keuntungan perusahaan tergantung dengan harga yang ditentukan. Dengan demikian dibawah ini terlampir daftar tabel pertimbangan beberapa harga *lipcream matte*, dalam mempertimbangkan produk *lipcream matte* dapat menawarkan harga yang dikatakan terjangkau namun memiliki kualitas yang baik. Diketahui pada tabel 1.1. sebagai berikut:

Tabel 1.1. Perbandingan Harga *Lipcream Exclusive Matte*

Merek <i>Lipcream</i>	Harga
Wardah <i>Exclusive Matte</i>	Rp. 62.000
Revlon <i>Exclusive Matte</i>	Rp. 103.200
Maybelline <i>Exclusive Matte</i>	Rp. 85.000
Make Over <i>Exclusive Matte</i>	Rp. 131.000
ESQA <i>Exclusive Matte</i>	Rp. 165.000

Tabel 1.1. Perbandingan Harga *Lipcream Exclusive Matte*

Sumber: www.wardahbeauty.com(2021), www.revlon.com(2020), www.maybelline.co.id(2020), www.makeoverforall.com(2022) dan www.esqacosmetics.com(2021).

Berdasarkan data tabel 1.1 perbandingan harga *lipcream* diatas, merek Wardah memiliki harga yang cukup terjangkau dengan perbedaan yang banyak diminati oleh konsumen. Dari perbedaan harga tersebut menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen saat memutuskan untuk melakukan pembelian. Diantara

sekian banyak perbedaan harga *lipcream exclusive matte* yang menjadi pilihan untuk dijadikan penelitian yaitu merek Wardah *Exclusive Matte Lipcream*.

Brand atau biasa disebut dengan “merek” berkembang menjadi sumber aset yang terbesar untuk perusahaan, dengan *brand image* yang baik dan kuat perusahaan dapat meningkatkan harga dengan kualitas yang baik, maka masyarakat juga akan tertarik dengan produk yang dimiliki *brand* tersebut (Listiani, 2018). Apabila peningkatan persaingan semakin meningkat, maka produk sejenisnya dengan perilaku konsumen bisa berpengaruh mencoba suatu hal merek baru yang dipasarkan oleh perusahaan kompetitor lainnya demi memperoleh suatu kepuasan dan memenuhi rasa ingin tau terhadap merek lain. Bila merasakan merek tersebut cocok dengan memenuhi apa yang diinginkan dari produk sejenis maka konsumen akan terus mencari merek tersebut, dan citra merek produk semakin bagus lalu konsumen akan lebih tertarik pada produk tersebut. Selain itu, menurut Iis Miati, (2020) *brand image* merupakan kesan merek yang ada di ingatan konsumen berdasarkan pengalamannya dan dibentuk melalui konsisten terhadap suatu merek tersebut. Bagi sebagian wanita tentu harus memastikan produk kecantikan dengan teliti, karena apabila salah memilih produk maka hasilnya tidak akan sesuai yang diharapkan.

Brand yang sudah terbenak dalam konsumen memiliki rasa loyalitas pada produk tersebut dan tidak akan terpengaruh pada produk merek lain, menurut Tuharea, (2021) loyalitas ialah kondisi psikologis yang berkaitan dengan sikap terhadap produk yang membentuk suatu keyakinan dengan menetapkan suka maupun tidak suka dan juga memutuskan apakah konsumen minat membeli produk atau tidak, lalu loyalitas lebih ditujukan pada suatu perilaku yang menunjukkan dengan pembelian rutin berdasarkan pengambilan keputusan. Maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas merupakan komitmen konsumen yang bertahan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus tidak beralih pada produk lain dan melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang terpilih secara konsisten pada masa yang akan mendatang.

Pada penelitian ini memilih konsumen Wardah *Exclusive Matte Lipcream* pada Mahasiswi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi sebagai objek penelitian. Alasan peneliti memilih Mahasiswi Manajemen Angkatan 2018 hingga angkatan 2021 Universitas Nusa Putra Sukabumi yaitu karena mahasiswi selalu melakukan aktivitas dan interaksi yang aktif antara satu dengan yang lainnya sehingga perlu memperhatikan kerapuhan dan kecantikan pribadinya.

Studi Manajemen adalah salah satu program studi di bawah naungan Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Nusa Putra. Studi Manajemen berdiri pada tanggal 02 Februari 2018, program Studi Manajemen menjadi salah satu program studi favorit di Universitas Nusa Putra (management.nusaputra.ac.id, 2021).

Wardah adalah produk asli indonesia masuk ke dalam *top brand* kosmetik di indonesia. Berikut data *top brand index* produk lipstik dari tahun 2020 - 2021 di indonesia berdasarkan minat beli konsumen yaitu:

Rank	2020	Persentase	2021	Persentase
1	Wardah	33.5%	Wardah	31.9%
2	Revlon	8.8%	Maybelline	11.6%
3	Maybelline	6.1%	Revlon	7.5%

4	Pixy	5.4%	Pixy	5.6%
5	Viva	4.1%	Viva	3.3%

Tabel 1.2 *Top Brand Index* Produk Merek Lipstik

Sumber: www.topbrand-award.com (2021).

Diketahui berdasarkan tabel 1.2 untuk membuktikan peringkat kosmetik lipstik terbaik sudah melakukan survei yang diperoleh *top brand* berdasarkan produk yang paling diminati oleh konsumen pada tahun 2020 hingga tahun 2021. Hal ini terbukti dari tahun 2020 hingga tahun 2021 produk lipstik Wardah menjadi *top brand* dari tahun ke tahun, dan Wardah menguasai pangsa pasar. Pada produk lipstik tahun 2020 terlihat Wardah menempati peringkat pertama dengan persentase 33.5% dan pada tahun 2021 Wardah tetap menjadi peringkat pertama dengan persentase 31.9% (topbrand-award, 2021).

Berdasarkan dari data tersebut yang telah diuraikan diatas penulis menjadi menarik untuk mengajukan penelitian, maka penulis menetapkan *lipcream exclusive matte* merek Wardah sebagai objek penelitian dan melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Lipcream Merek Wardah” (Studi Pada Mahasiswi Manajemen Angkatan 2018 - 2021 Universitas Nusa Putra Sukabumi)**.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Membahas sumber masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen produk *lipcream* merek Wardah pada Mahasiswi Manajemen Angkatan 2018 - 2021 Universitas Nusa Putra Sukabumi?
2. Apakah harga memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen produk *lipcream* merek Wardah pada Mahasiswi Manajemen Angkatan 2018 - 2021 Universitas Nusa Putra Sukabumi?
3. Apakah *brand image* berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen produk *lipcream* merek Wardah pada Mahasiswi Manajemen Angkatan 2018 - 2021 Universitas Nusa Putra Sukabumi?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan *brand image* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen produk *lipcream* merek Wardah pada Mahasiswi Manajemen Angkatan 2018 - 2021 Universitas Nusa Putra Sukabumi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penulis yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menghasilkan analisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen produk *lipcream* merek Wardah pada Mahasiswi Manajemen Angkatan 2018 - 2021 Universitas Nusa Putra Sukabumi
2. Untuk mengetahui dan menghasilkan analisis pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen produk *lipcream* merek Wardah pada Mahasiswi Manajemen Angkatan 2018 - 2021 Universitas Nusa Putra Sukabumi
3. Untuk mengetahui dan menghasilkan analisis pengaruh *brand image* terhadap loyalitas konsumen produk *lipcream* merek Wardah pada

Mahasiswi Manajemen Angkatan 2018 - 2021 Universitas Nusa Putra Sukabumi

4. Untuk mengetahui dan menghasilkan analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan *brand image* terhadap loyalitas konsumen produk *lipcream* merek Wardah pada Mahasiswi Manajemen Angkatan 2018 - 2021 Universitas Nusa Putra Sukabumi

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa/i
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Bisnis dan Humaniora di Universitas Nusa Putra Sukabumi. Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk pengembangan ilmu pemasaran dan perilaku konsumen mengenai loyalitas konsumen serta tentang persepsi mengenai kualitas produk, harga, dan *brand image*
2. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan informasi untuk perusahaan kompetitor sebagai bahan evaluasi pada produk industri dalam mengukur produk kosmetik untuk memprediksi loyalitas konsumen berdasarkan kualitas produk, harga, dan *brand image* dengan jenis yang serupa
3. Bagi Akademik
Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadikan informasi tambahan bagi pembaca untuk menambah referensi penelitian yang lebih baik selanjutnya
4. Bagi Konsumen
Hasil penelitian ini di harapkan mampu memberikan informasi tambahan dan menjadi suatu pertimbangan dalam memilih produk pewarna bibir

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penulis melakukan penelitian dengan objek produk *lipcream* merek Wardah *study* pada Mahasiswi Manajemen Angkatan 2018 - 2021 Universitas Nusa Putra Sukabumi. Dalam ruang lingkup penelitian ini menguraikan variabel-variabel dengan analisis kualitas produk, harga, dan *brand image* yang mempengaruhi loyalitas konsumen produk *lipcream* merek Wardah sehingga konsumen dapat menentukan pilihan produk yang tepat pada pengambilan keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam et al., (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra*. Vol 4 No 1 Januari 2021.
- Arrohman (2018). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk FAN Elektrik Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Assauri dalam Suryajaya & Sienatra, (2020). *Kualitas Poduk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear IT*. Volume 5, Nomor 3, Agustus 2020.
- Astuti & Rinaldi, (2019) *Hubungan Antara Brand Image Dengan Loyalitas Konsumen Poduk Lipstik Wardah*. Vol 2019, No 3.
- Astutik, (2019). *Analisi Faktor Kualitas Produk, Brand Image, Harga dan Promosi yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Honda*.
- Astutik, (2019). *Analisi Faktor Kualitas Produk, Brand Image, Harga dan Promosi yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Honda*.
- Avika, (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Kosmetik Wardah Di Desa Teratak Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar*.
- Bisnis Indonesia. (2022). *PROSPEK INDUSTRI KIAN CANTIK*. <https://bisnisindonesia.id/article/prospek-industri-kosmetik-kian-cantik>
- Bivariate person Hamdan & Adiyanto, (2020). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE OPPO*. Volume 6 No 1 2020.
- Dedhy Pradana, S. H. (2017). *Pengaruh Harga Kualitas Produk dan citra merek Brand Image terhadap keputusan pembelian motor*. *Kinerja*, 18.
- ESQA. (2021). *Lipcream ESQA.Com* <https://esqacosmetics.com>
- Fachrezi, Khair (2020). *Pengaruh Komunikasi, Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Angkasa Pura II (Persero) Kantor Cabang Kualanu*. Vol. 3, No. 1, Maret 2020.
- Fahmi, (2021). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan: Citra Merek, Lokasi Dan Kualitas Produk*. Volume 2, Issue 5, Mei 2021.
- Gadau, Matias. (2016). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap*
- Gani, I., & Amalia, S. (2018). *Alat Analisis Data : Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial* (2nd ed.). Yogyakarta: CV ANDI Offset.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hanafi, Mamduh M dan Abdul Halim.
- Gito Sudarma, (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer Pada Pt. Genius Alva Makassar*. 515–526.
- Hasan et al., (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen*. Vol. 5 No. 1 Februari 2022.

- Hurriyati, Ratih (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta. Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2018). Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13.
- Iswati & Lestari, (2021). *Pengaruh Display Penjualan Dan Kualitas Produk Pada Toko Online Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan*. Volume 11 No, Januari-Juni 2021.
- Iis Miati, (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay*. Vol. 1, No. 2, Maret 2020.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Pandiva Buku. <https://id.id1lib.org/book/5686381/2da729>
- Karina et al., (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT ADIRA FINANCE CIMANGGIS*. VOLUME 11 NOMOR 01 JUNI 2022.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Pandiva Buku. <https://id.id1lib.org/book/5686381/2da729>
- Listiani, et al., (2018). *PENGARUH FAKTOR BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN MODISTE GITA BUSANA* (Studi Kasus: Modiste Gita Busana Yogyakarta). PhD Thesis, STIE Widya Wiwaha, 2018. SKRIPSI Sekolah Tinggi Ekonomi Widya Wiwaha.
- Make Over. (2022). Lipcream Make Over.Com <https://www.makeoverforall.com>
- Malhotra dalam Kurniawan et al., (2021). *Citra Merek dan Pengaruh Sugrophobia Terhadap Niat Pembelian Mobil Mewah Mercedes Benz*. Vol. 10. No 1, (2021)
- Managemen.nusaputra.a.id. (2021). <https://www.management.nusaputra.a.id>
- Maybelline. (2020). Lipcream. Maybelline.Com <https://www.maybelline.com>
- Nurahman & Indrianto, (2021). *Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone*. Volume 4 Issue 2 (2021).
- Purba & Syaifullah, (2020). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Carvil Di Kota Batam*. Volume 5, Nomor 3, Agustus 2020.
- Rahayu et al., (2020) *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Iphone*. Vol 5 No 2.
- Rahayu, (2020). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia*. Vol 3, No. 1, Januari 2020.
- Revlon. (2020). Lipcream. Revlon.Com. <https://www.revlon.com>
- Sartika et al., (2022). *Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang Di JNE Katamaso Medan*. Vol. 6 No. 1 Januari 2022.
- Sasongko, (2021). *Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan*. Volume 3, Issue 1, September 2021.
- Schindler, P. S., & Cooper, D. R. (2019). *Business Research Methods* (Thirteen). The McGraw-Hill Companies.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business A Skill-Building Approach* (In John Wiley & Sons (ed.); Seventh). <https://id.id1lib.org/book/3361105/8c0975>
- Sianipar & Sinaga, (2022). *Pengaruh Brand Image Dan Personal Branding “Felicya Angelista” Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlet Whitening Di Kota Medan*. Volume 22 Nomor 1, Maret 2022.
- Singal, S. C., Koleangan, R. A. M., & Jantje L. Sepang. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Menonton Di Bioskop Cgv Blitz Cinemas Manado*. *Jurnal Emba*, 7(3), 3009–3018.
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian*. PT Pustakabaru.
- Supriyanto, Iswandiri (2017). *Kecenderungan Sivitas Akademik Dalam Memilih Sumber Referensi Penyusunan Karya Tulis Ilmiah Di Perguruan Tinggi*. Vol. 13, No. 1, Juni 2017.
- Sujarweni, V. W. (2015). *SPSS UNTUK PENELITIAN* (Florent (ed.); Edisi 2015). Pustaka Baru Press.
- Setiawan & Kurniasih, (2020). *Pengaruh Biaya Bahan Baku Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Laba Bersih Pada PT. Satwa Prima Utama*. Volume 11, No 1, Januari-April 2020.
- Suryani, (2019). *Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta*. Vol. 2, No. 3, Mei 2019.
- Sujarweni, Wiratna, 2015. *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Tulim et al., (2022). *Pengaruh Harga, Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pada CV. Triple Delapan Group*. Vol. 1 No. 1 Januari 2022.
- Tjiptono dalam Darmansah & Yosepha, (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur*. Vol. 1, No. 1, November 2020.
- Top Brand Award. (2021). Top Brand Index. [Topbrandaward.Com](https://www.topbrand-award.com). <https://www.topbrand-award.com>
- Tresnaningsih et al., (2019). *Kemandirian Belajar Siswa Kelas III SDN Karang Jalak 1 Dalam Pembelajaran Tematik*. Volume 6, Nomor 2, November 2019/.
- Tuharea, Rohani, (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK WARDAH (Studi Kasus Konsumen Di Wilayah Yogyakarta)*.
- Wibowo, (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Poduk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Smartphone Xiaomi Di Kota Magelang*.
- Wardah Beauty. (2021). *Wardah Lipcream, Beauty Cometics Indonesia*. <https://www.wardahbeauty.com>
- Winarno & Andjarwati, (2019). *PENGARUH KESELAMATAN, DAN KESEHATAN KERJA, LINGKUNGAN KERJA, SEMANGAT KERJA, DAN STRES KERJA TERHADAP KINARJA KARYAWAN*

- PT. MASPION I PADA DIVISI MAXIM DEPARTEMEN SPRAY COATING SIDOARJO*. Volume 4, Nomor 2, Nov 2019.
- Widyana & Naufal, (2018). *Analisis Kuaitas Operasional Produksi*. Volume 8, Nomor 2, Desember 2018.
- Yusup, F.2018. *Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif*. Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kpendidikan. 7 (1).

LAMPIRAN V

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI	
Nama Lengkap	Susan Melia
Jenis Kelamin	Perempuan
Tempat Tanggal Lahir	Sukabumi, 09 Agustus 2000
Agama	Islam
Alamat	Jl. Padjajaran, Kp. Cikarang Sukabumi
No. Handphone	081572486945
Email	susan.melia_mn18@nusaputra.ac.id
RIWAYAT PENDIDIKAN	
2005 - 2006	TK Hidayatunnur
2006 – 2012	SD Negeri 3 Gunung-Guruh
2013 - 2015	SMP IT Yaspida Sukabumi
2016 - 2018	SMKN 2 Kota Sukabumi
2018 - Sekarang	Universitas Nusa Putra Sukabumi