

**ANALISIS DISKRIMINAN SEBAGAI PEMBEDA LOYALITAS
KONSUMEN PADA SABUN PEMBERSIH WAJAH GARNIER SAKURA
WHITE PINKISH GLOW WHIP BERDASARKAN KEPUASAN
KONSUMEN, KEPERCAYAAN MEREK DAN PENGALAMAN
KONSUMEN**

**(Studi Kasus Pada Pengguna Sabun Pembersih Wajah Garnier Sakura
White Pinkish Glow Whip di Situs Komunitas Online Female daily)**

***DISCRIMINANT ANALYSIS AS CUSTOMER LOYALTY DIFFERENCES IN
GARNIER SAKURA WHITE PINKISH GLOW WHIP FACIAL CLEANSING
SOAP BASED ON CUSTOMER SATISFACTION, BRAND TRUST AND
CUSTOMER EXPERIENCE***

***(Case Study On Garnier Sakura White Pinkis Glow Whip Facial Cleansing
Soap on the Female Daily Online Community site)***

**Oleh :
Dinita Putri Nidha
2016410003
SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi
Manajemen pada Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinita Putri Nidha

NIM : 2016410003

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Analisis Diskriminan Sebagai Pembeda Loyalitas Konsumen pada Sabun Pembersih Wajah Garnier Sakura White Pinkish Glow Whip Berdasarkan Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Merek dan Pengalaman Konsumen.

Telah diperiksa, dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia penguji ujian skripsi.

Jakarta, 29 Juli 2020

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

(Dian Anggraeny, SE.MSI)

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

(Resa Nurlaela Anwar, SE.MM)

**PEMBEDA LOYALITAS KONSUMEN PADA SABUN PEMBERSIH
WAJAH GARNIER SAKURA WHITE PINKISH GLOW WHIP
BERDASARKAN KEPUASAN KONSUMEN, KEPERCAYAAN MEREK
DAN PENGALAMAN KONSUMEN**
*CUSTOMER LOYALTY DIFFERENCES IN GARNIER SAKURA WHITE
PINKISH GLOW WHIP FACIAL CLEANSING SOAP BASED ON
CUSTOMER SATISFACTION, BRAND TRUST AND CUSTOMER
EXPERIENCE*

Oleh

Dinita Putri Nidha

2016410003

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana
dalam ilmu ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma
Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera dibawah ini

Jakarta, 6 Agustus 2020, dengan Nilai A

Resa Nurlaela Anwar, SE.MM

Dosen Pembimbing

Drs. Fauzi Baisyir

Penguji I

Dr. Firsan Nova

Penguji II

Resa Nurlaela Anwar, SE. MM

Penguji III

Mu'man Nuryana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi

Dian Anggraeny, SE.MSI

Ketua Jurusan Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinita Putri Nidha

Nim : 2016410003

Jurusan/Peminatan : Manajemen/ Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **“ANALISIS DISKRIMINAN SEBAGAI PEMBEDA LOYALITAS KONSUMEN PADA SABUN PEMBERSIH WAJAH PEMBERSIH WAJAH GARNIER SAKURA WHITE PINKISH GLOW WHIP BERDASARKAN KEPUASAN KONSUMEN, KEPERCAYAAN MEREK DAN PENGALAMAN KONSUMEN”** yang dibimbing oleh ibu Resa Nurlaela Anwar,SE.,MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 29 Juli 2020

Yang Membuat Pernyataan

Dinita Putri Nidha

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan yang signifikan loyalitas pelanggan dengan membentuk model diskriminan. Loyalitas pelanggan dibedakan menjadi dua kategori yaitu pelanggan loyal dan pelanggan tidak loyal. Variabel yang mempengaruhi loyalitas adalah kepuasan konsumen, kepercayaan merek dan pengalaman konsumen. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner kepada 100 responden yang menggunakan sabun pembersih wajah Garnier Sakura White Pinkish Glow Whip di Situs Komunitas Online Female Daily. Teknik sampel menggunakan *purposive sampling* dan teknik analisis menggunakan diskriminan.

Hasil penelitian didapat bahwa variabel kepuasan konsumen, kepercayaan merek dan pengalaman konsumen mempengaruhi loyalitas konsumen sabun pembersih wajah Garnier Sakura White Pinkish Glow Whip di Situs Komunitas Online Female Daily. Hal ini dibuktikan dengan hasil *test of equality of group means* mendapat nilai Sig, yang kurang dari 0,05. Kepuasan konsumen ($0,000 < 0,05$), kepercayaan merek ($0,000 < 0,05$) dan pengalaman konsumen ($0,000 < 0,05$). Hubungan antara kepuasan konsumen, kepercayaan merek dan pengalaman konsumen dikategorikan sangat kuat. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil Eigenvalues sebesar 0,877.

Kata kunci : Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Merek, Pengalaman Konsumen, Analisis Diskriminan

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of finding out significant differences by offering discriminatory customers discriminant models. Customer loyalty is divided into two categories, loyal customers and loyal customers. Variables that influence loyalty are customer satisfaction, brand trust and consumer experience. The data collection method used was by giving questionnaires to 100 respondents who used Garnier Sakura White Pinkish Glow Whip facial cleansing soap on the Female Daily Online Community Site. The sampling technique uses purposive sampling and the analysis technique uses discriminant.

The results obtained that the variables of customer satisfaction, brand trust and consumer experience affect consumer loyalty Garnier Sakura White Pinkish Glow Whip facial cleanser on the Female Daily Online Community Site. This is evidenced by the results of the group equality test means that it got a Sig, which is less than 0.05. Consumer satisfaction (0,000 <0.05), brand trust (0,000 <0.05) and consumer experience (0,000 <0.05). The relationship between customer satisfaction, brand trust and consumer experience is categorized as very strong. This is evidenced by the results of the Eigenvalue of 0.877.

Keywords : Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction, Brand Trust, Consumer Experience, Discriminant Analysis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS DISKRIMINAN SEBAGAI PEMBEDA LOYALITAS KONSUMEN PADA SABUN PEMBERSIH WAJAH GARNIER SAKURA WHITE PINKISH GLOW WHIP BERDASARKAN KEPUASAN KONSUMEN, KEPERCAYAAN MEREK DAN PENGALAMAN KONSUMEN”**.

Peneliti menyadari telah banyak mendapatkan bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Resa Nurlaela Anwar, SE., MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Dian A. Rahim S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Dian A. Rahim S.E., M.Si. selaku Pembimbing Akademik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi khususnya Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya selama masa pendidikan.
6. Kedua orang tua, yang selalu memberikan semangat, motivasi, doa serta

dukungan baik moril maupun materil, dan selalu menguatkan dalam mengiringi kelancaran serta keberhasilan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, dan Ayah yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.

7. Abang tersayang, Razi Yudha yang selalu memberikan semangat dan motivasi, serta seluruh keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat.
8. Untuk Sahabatku Tomodachi yaitu Vilda, Reghina, Dita, Priskila, Indah yang selalu memberikan semangat dan menemani dari awal sampai akhir.
9. Untuk Sahabatku Brosist yaitu Rifki, Arina, Vanny yang selalu memberikan semangat dan menemani dari awal sampai akhir.
10. Untuk Sahabatku Azka, Eri, Evi, Araxa, Fairisa, Adam, Andrean, Rayhan, Rahmat, Dade, Faro, Berto, Guntur, Toing yang selalu memberikan semangat dan menemani dari awal sampai akhir. Semoga tali silaturahmi kita tetap utuh selamanya.
11. Teman-teman seperjuangan, mahasiswa Manajemen Pemasaran angkatan 2016 yang turut mendukung dan menyemangati sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
12. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penelitian dan penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Demikian laporan skripsi ini dibuat, semoga segala bentuk bantuan yang telah diberikan mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan. Aamiin.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah.....	13
1.2.1 Identifikasi Masalah	13
1.2.2 Pembatasan Masalah	13
1.2.3 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Kegunaan Penelitian	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	16
2.1 Pengertian Pemasaran	16
2.2 Manajemen Pemasaran	17

2.3 Kepuasan Konsumen	18
2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	18
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	18
2.3.3 Dimensi Kepuasan Konsumen	20
2.4 Kepercayaan Merek	20
2.4.1 Pengertian Kepercayaan Merek.....	20
2.4.2 Dimensi Kepercayaan Merek	21
2.5 Pengalaman Konsumen.....	21
2.5.1 Pengertian Pengalaman Konsumen	21
2.5.2 Dimensi Pengalaman Konsumen.....	22
2.6 Loyalitas Konsumen	23
2.6.1 Pengertian Loyalitas Konsumen.....	23
2.6.2 Dimensi Loyalitas Konsumen	24
2.7 Penelitian Terdahulu	24
2.8 Kerangka Pemikiran	36
2.9 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Metode yang Digunakan.....	40
3.2 Operasionalisasi Variabel	40
3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data.....	46
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	46
3.3.2 Jenis dan Sumber Data	46
3.3.3 Populasi dan Sampel	47
3.4 Teknik Sampling.....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6 Rancangan Analisis.....	52
3.6.1 Uji Keabsahan Data.....	52
3.6.2 Alat Analisis Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN	

PEMECAHAN MASALAH.....	59
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	59
4.1.1 Sejarah Garnier.....	59
4.1.2 Visi dan Misi Garnier	61
4.2 Karakteristik Responden.....	61
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	61
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	63
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	
Terakhir	63
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	
Perbulan.....	64
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian	
Dalam Sebulan	65
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat	
Tinggal.....	66
4.3 Uji Keabsahan Data	67
4.3.1 Uji Validitas.....	67
4.3.2 Uji Reliabilitas	69
4.4 Analisis Diskriminan	70
4.4.1 Variabel yang Layak untuk Dianalisis	73
4.4.2 Menguji Varians dari setiap Variabel	74
4.4.3 Menguji Variabel Entered/Removed	76
4.4.4 Menguji Variabel yang Signifikan dalam Penelitian	77
4.4.5 Menguji <i>Wilk's Lambda</i>	78
4.4.6 Mengukur Keeratan Hubungan dalam Analisis	
Diskriminan	79
4.4.7 Hasil Uji Variabel Dominan	80
4.4.8 Menguji Tabel <i>Structure Matrix</i>	80
4.4.9 Menguji Fungsi Diskriminan	81
4.4.10 Menguji Ketepatan Model Diskriminan	84

4.5 Pemecahan Masalah.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
DAFTAR LAMPIRAN.....	92



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Sabun Pembersih Wajah 2017	2
Tabel 1.2 Top Branda Sabun Pembersih Wajah 2018	3
Tabel 1.3 Top Branda Sabun Pembersih Wajah 2019	4
Tabel 1.4 Review Konsumen Sabun Pembersih Wajah Garnier Sakura White Pinkish Glow Whip di Situs Komunitas Online Female Daily.....	6
Tabel 1.5 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen di Situs Komunitas Online Female Daily	10
Tabel 1.6 Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan Merek di Situs Komunitas Online Female Daily	10
Tabel 1.7 Tanggapan Responden Mengenai Pengalaman Konsumen di Situs Komunitas Online Female Daily.....	11
Tabel 1.8 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen di Situs Komunitas Online Female Daily	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	41
Tabel 3.2 Skala Likert.....	51
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	64
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	65
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian dalam Sebulan	65
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal.	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Pengalaman Konsumen.....	69

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Merek dan Pengalaman Konsumen.....	70
Tabel 4.12 Kesesuaian Data.....	70
Tabel 4.13 Pengelompokkan Sampel.....	72
Tabel 4.14 <i>Test of Equality of Group Means</i>	73
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Box's M</i>	75
Tabel 4.16 Variabel <i>Entered/Removed</i>	76
Tabel 4.17 <i>Variable in the Analysis</i>	77
Tabel 4.18 <i>Wilk's Lambda</i>	78
Tabel 4.19 Keeratan Hubungan Variabel.....	79
Tabel 4.20 <i>Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients</i> .	80
Tabel 4.21 <i>Structure Matrix</i>	81
Tabel 4.22 <i>Canonical Discriminant Function Coefficients</i>	82
Tabel 4.23 Fungsi Diskriminan Fisher.....	83
Tabel 4.24 Hasil Uji Ketepatan Model Diskriminan	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Instagram Garnier Indonesia	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	38



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2 Data Daftar Profil Responden Penelitian.....	102
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner Kepuasan Konsumen	109
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner Kepercayaan Merek	112
Lampiran 5 Tabulasi Data Kuesioner Pengalaman Konsumen.....	115
Lampiran 6 Tabulasi Data Kuesioner Loyalitas Konsumen	118
Lampiran 7 Tabel r Hitung 1-50	123
Lampiran 8 Tabel r Hitung 1-100	124
Lampiran 9 Catatan Kegiatan Konsultasi	125
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	126

