

**ANALISIS DISKRIMINAN SEBAGAI PEMBEDA
LOYALITAS KONSUMEN PADA SABUN PEMBERSIH
WAJAH POND'S *WHITE BEAUTY* BERDASARKAN INOVASI
PRODUK, KEPERCAAN MEREK DAN PENGALAMAN
KONSUMEN DI WILAYAH KOTA BEKASI**

***DISCRIMINAL ANALYSIS AS A DIFFERENT OF CUSTOMER
LOYALTY IN POND'S WHITE BEAUTY FACE CLEANING
SOAP BASED ON PRODUCT INNOVATION, BRAND
CREATION AND CONSUMER EXPERIENCE
IN BEKASI CITY REGION***

Oleh :

Anisa Fitri Yusnaini

2017410154

SKRIPSI

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



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

2021

LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Anisa Fitri Yusnaini

Nim : 2017410154

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya ditulis dengan judul Analisis Diskriminan Sebagai Pembeda Loyalitas Konsumen Pada Sabun Pembersih Wajah Pond's *White Beauty* Berdasarkan Inovasi Produk, Kepercayaan Merek Dan Pengalaman Konsumen Di Wilayah Kota Bekasi, yang dibimbing oleh Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM. selaku dosen pembimbing adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun menyalin sebagian dari hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Jakarta, 04 Agustus 2021



Anisa Fitri Yusnaini

**ANALISIS DISKRIMINAN SEBAGAI PEMBEDA
LOYALITAS KONSUMEN PADA SABUN
PEMBERSIH WAJAH POND'S *WHITE BEAUTY*
BERDASARKAN INOVASI PRODUK, KEPERCAAN
MEREK DAN PENGALAMAN KONSUMEN DI
WILAYAH KOTA BEKASI**

***DISCRIMINAL ANALYSIS AS A DIFFERENT OF CUSTOMER
LOYALTY IN POND'S WHITE BEAUTY FACE CLEANING
SOAP BASED ON PRODUCT INNOVATION, BRAND
CREATION AND CONSUMER EXPERIENCE***

IN BEKASI CITY REGION

Oleh :

Anisa Fitri Yusnaini

2017410154

SKRIPSI

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal 25 Juli 2021



Drs. Fauzi Baisyir, MM.

DOSEN PEMBIMBING

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS DISKRIMINAN SEBAGAI PEMBEDA LOYALITAS
KONSUMEN PADA SABUN PEMBERSIH WAJAH POND'S
WHITE BEAUTY BERDASARKAN INOVASI PRODUK,
KEPERCAAN MEREK DAN PENGALAMAN KONSUMEN DI
WILAYAH KOTA BEKASI**

***DISCRIMINAL ANALYSIS AS A DIFFERENT OF CUSTOMER
LOYALTY IN POND'S WHITE BEAUTY FACE CLEANING
SOAP BASED ON PRODUCT INNOVATION, BRAND
CREATION AND CONSUMER EXPERIENCE
IN BEKASI CITY REGION***

Oleh:

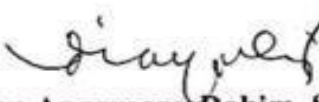
Anisa Fitri Yusnaini

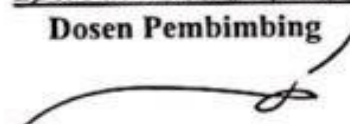
2017410154


Skripsi


Untuk memenuhi salahsatu syarat ujian memperoleh gelar Sarjana dalam
Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Universitas Darma Persada
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal tertera dibawah ini
Jakarta, 04 Agustus 2021 dengan nilai B+



Drs. Fauzi Baisvir, MM.
Dosen Pembimbing


Dian Anggreany Rahim, S.E., M.Si
Penguji II


Dr. Firsan Nova
Penguji I


Drs. Fauzi Baisvir, MM.
Penguji III


Mu'man Nuryana, Ph.D
Dekan Fakultas Ekonomi


Dian Anggreany Rahim, S.E., M.Si
Ketua Program Studi

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan yang signifikan Loyalitas Konsumen dengan membentuk model diskriminan. Loyalitas Konsumen dibedakan menjadi dua kategori yaitu konsumen loyal dan Konsumen Tidak loyal. Variabel yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen adalah Inovasi Produk, Kepercayaan Merek dan Pengalaman Konsumen. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan kuesioner melalui google form kepada 160 responden pengguna Sabun Pembersih Wajah Ponds *White Beauty* di wilayah Kota Bekasi. Teknik sampel menggunakan quota sampling dan Teknik analisis menggunakan diskriminan.

Hasil penelitian didapat bahwa variabel Inovasi Produk, Kepercayaan Merek dan Pengalaman Konsumen mempengaruhi Loyalitas Konsumen pengguna Sabun Pembersih Wajah Ponds *White Beauty* di wilayah Kota Bekasi. Hal ini dibuktikan dengan hasil test of equality of group means mendapat nilai sig, yang kurang dari 0,05. Inovasi Produk ($0,000 < 0,05$), Kepercayaan Merek ($0,000 < 0,05$) dan Pengalaman Konsumen ($0,000 < 0,05$). Hubungan antara Pengalaman Pelanggan dan Inovasi Produk terhadap Loyalitas Konsumen dikategorikan sangat kuat. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil Eigenvalues sebesar 0,653.

Kata kunci : Inovasi Produk, Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Pelanggan, Loyalitas Konsumen dan Analisis Diskriminan

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing the significant differences in consumer loyalty by forming a discriminant model. Consumer Loyalty is divided into two categories, namely loyal consumers and disloyal consumers. Variables that affect Consumer Loyalty are Product Innovation, Brand Trust and Consumer Experience. The data collection method used was by giving a questionnaire via google form to 160 respondents using Ponds White Beauty Facial Cleansing Soap in the Bekasi City area. The sample technique uses quota sampling and the analysis technique uses the discriminant.

The results showed that the variables of Product Innovation, Brand Trust and Consumer Experience affect Consumer Loyalty of Ponds White Beauty Facial Cleansing Soap users in the Bekasi City area. This is evidenced by the results of the test of equality of group means getting a sig value, which is less than 0.05. Product Innovation ($0.000 < 0.05$), Brand Trust ($0.000 < 0.05$) and Consumer Experience ($0.000 < 0.05$). The relationship between Customer Experience and Product Innovation on Consumer Loyalty is categorized as very strong. This is evidenced by the results of Eigenvalues of 0.653.

Keywords: Product Innovation, Consumer Trust, Customer Experience, Consumer Loyalty and Discriminant Analysis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi dan penulisan Proposal Skripsi yang berjudul “ANALISIS DISKRIMINAN SEBAGAI PEMBEDA LOYALITAS KONSUMEN PADA SABUN PEMBERSIH WAJAH POND’S *WHITE BEAUTY* BERDASARKAN INOVASI PRODUK, KEPERCAAN MEREK DAN PENGALAMAN KONSUMEN DI WILAYAH KOTA BEKASI”

Penulis menyadari bahwa dalam mengerjakan Proposal Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya do’a dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM. selaku dosen pembimbing skripsi saya.
2. Bapak Ir. Mu’man Nuryana Ph.D selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibuku Tersayang dan Bapa yang telah membesarkan saya serta memberikan do’a dan dukungan sehingga laporan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Untuk adikku yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis
7. Penulis ucapkan terimakasih kepada semua sahabat, cinta dan orang yang berarti bagi penulis yang sudah membantu, memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Penulis ucapkan terimakasih kepada seseorang yang pernah mengajarku menyikapi proses hidup dengan kesabaran Min Yoongi
9. Teman-teman seperbimbingan saya yang telah memberikan semangat kepada penulis.
10. Terima kasih untuk diriku sendiri, yang sudah bertahan dan berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas perjuangannya untuk mengerjakan skripsi. Tetap kuat untuk melanjutkan perjalanan hidup dan temukan pengalaman-pengalaman baru disetiap langkah

Demikian laporan proposal skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga laporan ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 04 Agustus 2021



Anisa Fitri Yusnaini

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi, Pembatasan, Rumusan Masalah	27
1.2.1 Identifikasi Masalah	27
1.2.2 Pembatasan Masalah	28
1.2.3 Rumusan Masalah	28
1.3. Tujuan Penelitian	29
1.4. Kegunaan Penelitian	30
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	31
2.1. Pengertian Pemasaran	31
2.2. Manajemen Pemasaran	33
2.3. Strategi Pemasaran	35

2.4. Inovasi Produk	39
2.4.1 Pengertian Inovasi Produk	39
2.4.2 Dimensi Inovasi Produk	42
2.5. Kepercayaan Merek	43
2.5.1 Pengertian Kepercayaan Merek	43
2.5.2 Dimensi Kepercayaan Merek	48
2.6. Pengalaman Konsumen	49
2.6.1 Pengertian Pengalaman Konsumen	49
2.6.1 Dimensi Pengalaman Konsumen	50
2.7. Loyalitas Konsumen	51
2.7.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	51
2.7.2 Dimensi Loyalitas Konsumen	56
2.8. Penelitian Terdahulu	56
2.9. Kerangka Pemikiran	64
2.10. Hipotesis Penelitian	67
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	70
3.1. Metode Yang Digunakan	70
3.2. Waktu Dan Tempat Penelitian	71
3.3. Operasional Variabel	71
3.4. Sumber Data dan Cara Penentuan Data	78
3.4.1 Lokasi Penelitian	78
3.4.2 Jenis dan Sumber Data	79
3.4.3 Populasi dan Data Sekunder	80

3.5. Teknik Pengumpulan Data	81
3.6. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	84
3.6.1 Uji Keabsahan Data	84
3.6.2 Alat Analisis Data	86
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	92
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	92
4.1.1 Sejarah Ponds	92
4.1.2 Visi dan Misi Ponds	94
4.2 Hasil Penelitian dan Karakteristik Responden	94
4.2.1 Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	95
4.2.2 Perhitungan Responden Berdasarkan Usia	95
4.2.3 Perhitungan Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	96
4.2.4 Perhitungan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	97
4.2.5 Perhitungan Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal	97
4.3. Uji Keabsahan Data	98
4.3.1 Uji Validitas	98
4.3.2 Uji Reabilitas	101
4.4. Analisis Diskriminan	102
4.4.1 Variabel yang layak untuk dianalisis	104

4.4.2 Menguji Varians dari Setiap Variabel	105
4.4.3 Menguji Varians Entered / Removed	106
4.4.4 Menguji Variabel yang Signifikan dalam Penelitian ...	107
4.4.5 Menguji Wilks Lambda	108
4.4.6 Mengukur Keeratan Hubungan dalam Analisis Diskriminan	109
4.4.7 Hasil Uji Variabel Dominan	110
4.4.8 Menguji Tabel Structure Matrix	111
4.4.9 Menguji Fungsi Disriminan	112
4.4.10 Menguji Ketepatan Model Diskriminan	115
4.5. Pemecahan Masalah	116
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	117
5.1. Kesimpulan	117
5.2. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN	125

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 TOP Brand Sabun Pembersih Wajah 2019	3
Tabel 1. 2 TOP Brand Sabun Pembersih Wajah 2020	4
Tabel 1. 3 TOP Brand Sabun Pembersih Wajah 2021	5
Tabel 1.4 Inovasi Ponds	7
Tabel 1. 5 Review Negatif Konsumen Sabun Pembersih Wajah Pond's <i>White Beauty</i> di Female Daily	8
Tabel 1. 6 Review Positif Konsumen Sabun Pembersih Wajah Pond's <i>White Beauty</i> di Female Daily	12
Tabel 1. 7 Review Negatif Konsumen Sabun Pembersih Wajah Pond's <i>White Beauty</i> di socio.id	14
Tabel 1. 8 Review Positif Konsumen Sabun Pembersih Wajah Pond's <i>White Beauty</i> di socio.id	17
Tabel 1. 9 Review Negatif Konsumen Sabun Pembersih Wajah Pond's <i>White Beauty</i> di www.hometesterclub.com.....	20
Tabel 1. 10 Review Positif Konsumen Sabun Pembersih Wajah Pond's <i>White Beauty</i> di www.hometesterclub.com.....	23
Tabel 1.11 Perbedaan Brand Ponds dan Garnier	
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	57
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	71
Tabel 3. 2 Skala Likert	82
Tabel 3. 3 Rentang Skala	82
Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisien Korelasi	84
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	95
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	96
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	96
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	97
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal	98

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk.....	99
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek.....	100
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Pengalaman Konsumen.....	101
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas Variabel Inovasi Produk, Kepercayaan Merek dan Pengalaman Pelanggan.....	102
Tabel 4.10 Kesesuaian Data.....	103
Tabel 4.11 Pengelompokkan Sampel.....	104
Tabel 4.12 Test of Equality of Group Means.....	105
Tabel 4.13 Hasil uji Box's M.....	106
Tabel 4.14 Variabel Entered/ Removed	108
Tabel 4.15 Variabel in the Analysis.....	109
Tabel 4.16 Wilk's Lambda.....	110
Tabel 4.17 Keeratan Hubungan Variabel.....	111
Tabel 4.18 Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients.....	112
Tabel 4.19 Structure Matrix.....	113
Tabel 4.20 Canonical Discriminant Function Coefficients.....	113
Tabel 4.21 Fungsi Diskriminan Fisher.....	114
Tabel 4.22 Hasil Uji Ketepatan Model Diskriminan.....	115

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Media Sosial Pond Indonesia	6
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	65
Gambar 3.1. Model Struktur Analisis Diskriminan	89
Gambar 4.1 Logo Ponds	93



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	126
Lampiran 2 Data Daftar Nama Responden.....	131
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner Inovasi Produk.....	159
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner Kepercayaan Merek	164
Lampiran 5 Tabulasi Data Kuesioner Pengalaman Konsumen.....	170
Lampiran 6 Tabulasi Data Kuesioner Loyalitas Konsumen.....	176
Lampiran 7 Uji Reabilitas.....	182
Lampiran 8 Hasil Output Analisis Diskriminan.....	183
Lampiran 9 Tabel rHitung.....	188
Lampiran 10 Bukti Penyebaran Link Kuesioner.....	194
Lampiran 11 Catatan Kegiatan Konsultasi.....	195
Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup.....	196