

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PENGALAMAN  
KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA  
DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA  
PENGGUNA SABUN PEMBERSIH WAJAH GARNIER  
SAKURA *WHITE* DI WILAYAH JAKARTA TIMUR**

***THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION AND CUSTOMER  
EXPERIENCE ON CUSTOMER SATISFACTION AND THEIR  
IMPACT ON CUSTOMER LOYALTY ON USER OF GARNIER  
SAKURA WHITE FACE CLEANING SOAP IN THE EAST  
JAKARTA REGION***

Oleh:

**Herlin Indahtia Ganabillah**

**2018410220**

**SKRIPSI**



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

**2023**

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PENGALAMAN  
KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA  
DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA  
PENGGUNA SABUN PEMBERSIH WAJAH GARNIER SAKURA  
WHITE DI WILAYAH JAKARTA TIMUR**

***THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION AND CUSTOMER  
EXPERIENCE ON CUSTOMER SATISFACTION AND THEIR  
IMPACT ON CUSTOMER LOYALTY ON USER OF GARNIER  
SAKURA WHITE FACE CLEANING SOAP IN THE EAST JAKARTA  
REGION***

Oleh:  
**Herlin Indahtia Ganabillah**  
**2018410220**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Darma Persada



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

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Herlin Indahtia Ganabillah

NIM : 2018410220

Jurusan /Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Produk Dan Pengalaman Konsumen Terhadap  
Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas  
Konsumen Pada Pengguna Sabun Pembersih Wajah Garnier  
Sakura *White* Di Wilayah Jakarta Timur

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia penguji  
skripsi

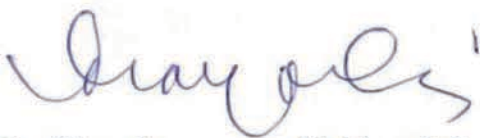
Jakarta, Februari 2023

Mengetahui,

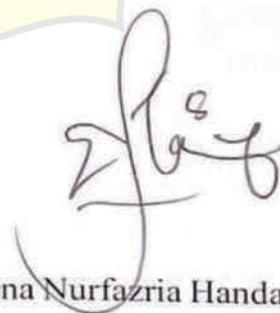
Ketua Program Studi Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing



(Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si.)



(Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M)

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PENGALAMAN  
KONSUMEN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA  
DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA  
PENGGUNA SABUN PEMBERSIH WAJAH GARNIER SAKURA  
WHITE DI WILAYAH JAKARTA TIMUR**

***THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION AND CUSTOMER  
EXPERIENCE ON CUSTOMER SATISFACTION AND THEIR  
IMPACT ON CUSTOMER LOYALTY ON USER OF GARNIER  
SAKURA WHITE FACE CLEANING SOAP IN THE EAST JAKARTA  
REGION***

Oleh:

**Herlin Indahtia Ganabillah  
2018410220**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana  
Ekonomi Konsentrasi Manajemen pada Universitas Darma Persada  
Telah disetujui oleh tim penguji pada tanggal  
Februari 2023 dengan nilai B+  
Jakarta, Februari 2023

  
**Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.**  
Pembimbing

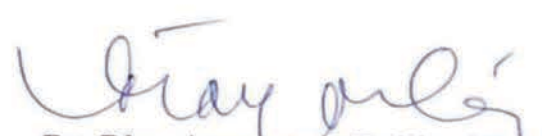
  
**Dr. Firsan Nova**  
Penguji I

16/3/23

  
**Resa Nurlaela Anwar, SE, MM**  
Penguji II

  
**Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.**  
Penguji III

  
**Mu'man Nurvana, Ph.D**  
Dekan Fakultas Ekonom

  
**Dr. Dian Anggraeny Rahim, SE, M.Si**  
Ketua Jurusan Manajemen

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda dibawah ini :

Nama : Herlin Indahtia Ganabillah

NIM : 2018410220

Jurusan /Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Inovasi Produk dan Pengalaman Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Sabun Pembersih Wajah Garnier Sakura *White* di Wilayah Jakarta Timur. yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, Februari 2023

Yang Membuat Pernyataan



Herlin Indahtia Ganabilla

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui “Pengaruh Inovasi Produk Dan Pengalaman Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Sabun Pembersih Wajah Garnier Sakura *White* Di Wilayah Jakarta Timur”. Penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada 100 orang yang terdiri dari konsumen sabun pembersih wajah Garnier Sakura *White* yang minimal membeli 3 kali dan menggunakan dalam kurun waktu 2 bulan terakhir, berusia minimal 17 tahun dan berdomisili di wilayah Jakarta Timur. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability* sampling dan kemudian dipilih secara *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan oleh peneliti adalah *Path Analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara inovasi produk terhadap kepuasan konsumen. terdapat pengaruh positif antara pengalaman konsumen terhadap kepuasan konsumen, dan terdapat pengaruh positif antara inovasi produk terhadap loyalitas konsumen. terdapat pengaruh positif antara pengalaman konsumen terhadap loyalitas konsumen., terdapat pengaruh positif antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif inovasi produk dan pengalaman konsumen terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Kata kunci: Inovasi Produk, Pengalaman Konsumen, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine "The Influence of Product Innovation and Consumer Experience on Consumer Satisfaction and Its Impact on Consumer Loyalty in Users of Garnier Sakura White Facial Cleansing Soap in the East Jakarta Region". This research was conducted by distributing questionnaires to 100 people consisting of consumers of Garnier Sakura White facial cleansing soap who had bought at least 3 times and used it within the last 2 months, were at least 17 years old and domiciled in the East Jakarta area. The sampling technique in this study used a non-probability sampling method and was then selected by purposive sampling. The analytical tool used by researchers is Path Analysis.*

*The results showed that there was a positive influence between product innovation and consumer satisfaction, there is a positive influence between consumer experience on consumer satisfaction, and there is a positive influence between product innovation on consumer loyalty, there is a positive influence between consumer experience on consumer loyalty, there is a positive influence between consumer satisfaction on consumer loyalty. The results of the research show that there is a positive influence of product innovation and consumer experience on consumer loyalty through customer satisfaction.*

*Keywords: Influence of Product Innovation, Consumer Experience, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty*

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hikmatnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk Dan Pengalaman Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Sabun Pembersih Wajah Garnier Sakura *White* Di Wilayah Jakarta Timur”** sebagai salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada Jakarta Timur.

Penulis sangat menyadari bahwa proposal skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna karena mungkin banyak kekurangan dalam pembuatannya, sehingga penulis berharap kepada pembaca agar dapat memberi masukan serta sarannya.

Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah banyak membantu dan memberi dukungan serta doa kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Ellena NurFazria Handayani, S.E., MM. selaku Dosen Pembimbing dalam skripsi ini. Terima kasih telah meluangkan waktu, membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini.
2. Bapak 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/Ibu yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh karyawan dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah banyak membantu dari awal perkuliahan sampai penulis menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Mamah dan Alm. Papah saya tercinta yang selalu memberi dukungan, motivasi, dan doa serta perhatiannya sepanjang waktu kepada saya sehingga selesainya proposal skripsi ini.
6. Taryana Levianda selaku teman dekat saya yang selalu memberi dukungan, motivasi, dan doa serta perhatiannya sepanjang waktu kepada saya sehingga selesainya proposal skripsi ini.
7. Teman – teman seperjuangan yang turut membantu dan memberikan dukungan saya dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Demikian skripsi ini dibuat penulis, berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, Februari 2023

Herlin Indahtia Ganabillah

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah Dan Rumusan Masalah .....	17
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	17
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	18
1.2.3 Rumusan Masalah .....	19
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Manfaat Penelitian.....	21
<b>BAB II .....</b>	<b>23</b>
<b>LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>23</b>
2.1 Landasan Teori .....	23
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	23
2.1.2 Pemasaran.....	24
2.1.3 Bauran Pemasaran .....	25
2.1.4 Inovasi Produk.....	27
2.1.5 Pengalaman Konsumen .....	36
2.1.6 Kepuasan Konsumen .....	43

2.1.7 Loyalitas Konsumen.....	48
2.2 Penelitian Terdahulu .....	54
2.3 Kerangka Pemikiran .....	62
2.4 Hipotesis Penelitian.....	64
<b>BAB III.....</b>	<b>67</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>67</b>
3.1 Metode Yang Digunakan .....	67
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....	68
3.3 Oprasional Variabel.....	68
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data .....	74
3.4.1 Jenis dan Sumber Data .....	74
3.4.2 Cara Penentuan Data .....	75
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	78
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....	81
3.6.1 Uji Keabsahan Data.....	81
3.6.2 Analisis Deskriptif.....	83
3.6.3 Alat dan Analisis Data.....	84
3.6.4 Koefesien Determinasi .....	87
3.6.5 Uji Hipotesis.....	88
3.6.6 Uji Sobel.....	89
<b>BAB IV .....</b>	<b>91</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>91</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	91
4.1.1 Sejarah Garnier .....	91
4.1.2 Visi dan Misi Garnier.....	93
4.2 Hasil Penelitian.....	93

4.2.1 Profil Responden .....	93
4.2.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel .....	100
4.3 Uji Keabsahan Data.....	123
4.4 Hasil Hipotesis Path Analysis Substruktural I .....	126
4.5 Pengujian Hipotesis 2,3,4 dan 5 .....	135
4.6 Pembahasan.....	149
4.6.1 Menghitung Pengaruh Langsung (Direct Effect) .....	149
4.6.2 Menghitung Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect) .....	150
4.6.2 Menghitung Pengaruh Total (Total Effect).....	150
4.7 Diagram Jalur Model Path Analysis Perantara.....	151
4.8 Kesimpulan Hasil Analisis Sub Struktur I dan II .....	152
<b>BAB V.....</b>	<b>153</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>153</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>156</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>161</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>TOP Brand</i> Pembersih Wajah 2019-2021 .....	5
Tabel 1.2 <i>Review Negative</i> Konsumen Pembersih Garnier Sakura <i>White</i> di <i>Female Daily</i> .....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	54
Tabel 3.1 Oprasional Variabel .....	58
Tabel 3.2 Skala Likert .....	80
Tabel 3.3 Rentang Skala .....	80
Tabel 3.4 Koefisien Determinasi.....	88
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	93
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	94
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	95
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	95
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	96
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Menggunakan Sabun pembersih Wajah Garnier Sakura <i>White</i> .....	97
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Sabun Pembersih Wajah Garnier Sakura <i>White</i> .....	98
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Perbulan Untuk Membeli Sabun Pembersih Wajah Garnier Sakura <i>White</i> .....	99
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Berapa Kali Dalam Sebulan Anda Membeli Sabun Pembersih Wajah Garnier Sakura <i>White</i> .....	100
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1 Inovasi Produk.....	101
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2 .....	101
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3 .....	102
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4 .....	103
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5 .....	103
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6 .....	104
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7 .....	105
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8 .....	105

Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9 .....	106
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 10 .....	106
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1 Pengalaman Konsumen .....	107
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2 .....	108
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3 .....	108
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4 .....	109
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5 .....	110
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6 .....	110
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7 .....	111
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8 .....	112
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 9 .....	112
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1 Kepuasan Konsumen .....	113
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2 .....	114
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3 .....	114
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4 .....	115
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5 .....	116
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6 .....	116
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 1 .....	117
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 2 .....	118
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 3 .....	119
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 4 .....	119
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 5 Kepuasan Konsumen .....	120
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 6 .....	121
Tabel 4.41 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 7 .....	122
Tabel 4.42 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan 8 .....	122
Tabel 4.43 Validitas variabel Inovasi Produk .....	123
Tabel 4.44 Validitas variabel Pengalaman Konsumen .....	124
Tabel 4.45 Validitas variabel Kepuasan Konsumen .....	124

Tabel 4.46 Validitas variabel Loyalitas Konsumen .....	125
Tabel 4.47 Reliabilitas Variabel Inovasi Produk, Pengalaman Konsumen, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen .....	126
Tabel 4.48 Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Sub Struktur I Parsial.....	127
Tabel 4.49 Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Sub Struktur I Simultan .....	129
Tabel 4.50 Hasil Pengujian Kelayakan Sub Struktur I .....	130
Tabel 4.51 Ketepatan <i>Predictor</i> .....	131
Tabel 4.52 Ketepatan <i>Predictor</i> .....	131
Tabel 4.53 Hasil Pengujian Autokorelasi.....	132
Tabel 4.54 Hasil Pengujian Multikolinieritas .....	133
Tabel 4.55 Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Sub Struktur II Parsial .....	136
Tabel 4.56 Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Sub Struktur II Simultan .....	138
Tabel 4.57 Hasil Pengujian Kelayakan Sub Struktur II .....	139
Tabel 4.58 Ketepatan <i>Predictor</i> .....	140
Tabel 4.59 Ketepatan <i>Predictor</i> .....	140
Tabel 4.60 Hasil Pengujian Autokorelasi.....	141
Tabel 4.61 Hasil Pengujian Multikolinieritas II.....	142
Tabel 4.62 Hasil Korelasi Variabel .....	145
Tabel 4.63 Perhitungan Pengaruh Inovasi Produk dan pengalaman Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen .....	147
Tabel 4.64 Perhitungan Pengaruh Inovasi Produk dan pengalaman Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.....	148

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Garnier Sakura <i>White</i> .....	3
Gambar 1.2 Penilaian Garnier Sakura <i>White</i> .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	63
Gambar 2.2 Paradigma penelitian.....	66
Gambar 4.1 Linearitas Sub Struktur 1 .....	134
Gambar 4.2 Normalitas Data Sub Struktur 1 .....	135
Gambar 4.3 Linearitas Sub Struktur II.....	143
Gambar 4.4 Normalitas Data Sub Struktur II.....	144
Gambar 4.5 Model Analisis Path .....	151

