

**PENGARUH *CUSTOMER BONDING* DAN HARGA  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PENGGUNAAN  
PRODUK *SKINTIFIC SKINCARE***

***THE EFFECT OF CUSTOMER BONDING AND PRICE ON  
CONSUMER LOYALTY ON THE USE OF SKINCARE  
SKINTIFIC PRODUCTS***

Oleh :

**Shafira Puteri Feyzal Ridha**

**2019419001**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada  
Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *CUSTOMER BONDING* DAN HARGA  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PENGGUNAAN  
PRODUK *SKINTIFIC SKINCARE***

***THE EFFECT OF CUSTOMER BONDING AND PRICE ON  
CONSUMER LOYALTY ON THE USE OF SKINCARE  
SKINTIFIC PRODUCTS***

Oleh :

**Shafira Puteri Feyzal Ridha  
2019419001**

**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  
Jakarta, 8 Agustus 2023 dengan nilai B-

Dr. Firsan Nova  
Dosen Pembimbing

**Drs. Fauzi Baisyir, M.M.**  
Dosen Penguji I

Ellena Nurfazria H. S.E., M.M  
Dosen Penguji II

**Dr. Firsan Nova**  
Dosen Penguji III

**Mu'man Nuryana, Ph.D.**  
Mu'man Nuryana, Ph.D.

**Dr. Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si.**  
Ketua Program Studi

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Shafira Puteri Feyzal Ridha  
Nim : 2019419001  
Jurusan : Manajemen  
Peminatan : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Bonding* dan Harga Terhadap  
Loyalitas Konsumen Pada Penggunaan Produk *Skintific  
Skincare*

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

Jakarta, ..... 2023

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen

Menyetujui,  
Pembimbing

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

(Dr. Firsan Nova)

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Shafira Puteri Feyzal Ridha

NIM : 2019419001

Jurusan / peminatan : Manajemen/ Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **Pengaruh *Customer Bonding* Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Produk *Skintific Skincare*** yang dibimbing oleh Bapak Dr. Firsan Nova 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 jawabkan.

Jakarta, Februari 2023

Penulis,

Shafira Puteri Feyzal Ridha

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh *Customer Bonding* Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada penggunaan produk *Skintific Skincare*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang membeli dan menggunakan produk *Skincare Skintific* dalam kurun waktu Agustus – September 2022. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan sampel acak. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan analisis regresi linier sederhana, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi) dilakukan sebagai persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam melakukan analisis regresi. Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji F, secara parsial menggunakan uji t. *Customer Bonding* Dan Harga mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen terlihat dari hasil perhitungan SPSS  $R^2$  0,524 ( 52,4,0%) dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Setelah melakukan uji hipotesis secara simultan (uji f), menunjukkan besaran f hitung > f tabel yaitu  $53,421 > 3,09$  yang artinya terdapat pengaruh antar *Customer Bonding* dan Harga terhadap Loyalitas konsumen, sedangkan besarnya pengaruh antara *Customer Bonding* Dan Harga terhadap Loyalitas konsumen memiliki persamaan positif. *Customer Bonding* mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas konsumen terlihat dari hasil perhitungan SPSS  $R^2$  0,514 (51,4%) dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Setelah melakukan uji hipotesis secara parsial (uji T) menunjukkan besaran  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $10,180 > 1,66$  yang artinya terdapat pengaruh antara *Customer Bonding* terhadap Loyalitas konsumen., Harga mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas konsumen terlihat dari hasil perhitungan SPSS  $R^2$  0,183 (18,3%) dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Setelah melakukan uji hipotesis secara parsial (uji T), menunjukkan besaran  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $5,137 > 1,66$  yang artinya terdapat pengaruh antara Harga terhadap Loyalitas konsumen.

**Kata kunci :** *Customer Bonding*, Harga dan Loyalitas Konsumen

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to analyze the effect of customer bonding and price on consumer loyalty when using Skintific Skincare products. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who bought and used Skincare Skintific products in the period August - September 2022. Sampling was carried out using a random sample. The analytical tools used are multiple linear regression analysis and simple linear regression analysis. Classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and autocorrelation test) are carried out as statistical requirements that must be met in carrying out the regression analysis. Simultaneous hypothesis testing using the F test, partially using the t test. Customer Bonds and Prices have an influence on consumer loyalty seen from the calculation results of SPSS R2 0.524 (52.4.0%) and the relationship is influenced by other variables not examined. After conducting simultaneous hypothesis testing (f test), it shows that the magnitude of  $f_{count} > f_{table}$  is  $53.421 > 3.09$ , which means that there is an influence between Customer Bonding and Price on consumer loyalty, while the magnitude of influence between Customer Bonding and Price on Consumer loyalty also has positive equation. Customer bonding has an influence on consumer loyalty as seen from the SPSS R2 calculation results of 0.514 (51.4%) and satisfaction is influenced by other variables not examined. After conducting a partial hypothesis test (T test) it shows that the amount of  $T_{count} > T_{table}$  is  $10.180 > 1.66$ , which means that there is an influence between Customer Bonding on Consumer Loyalty. %) and influenced by other variables not examined. After conducting a partial hypothesis test (T test), it shows that the amount of  $T_{count} > T_{table}$  is  $5.137 > 1.66$ , which means that there is an influence between price and consumer loyalty.*

*Keywords: Customer Bonds, Price and Consumer Loyalty*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Bonding* Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada penggunaan produk *Skincare Skintific*”.

Penyusunan proposal skripsi ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, masukan serta dukungan baik secara moral maupun materil dari semua pihak yang terlibat. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Dr. Firsan Nova selaku pembimbing penulisan proposal skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan proposal skripsi
2. Ibu Dr. Dian Anggraeny Rahim SE, M.Si selaku ketua jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dalam proses belajar selama masa perkuliahan.
4. Terima kasih untuk ayah kandung saya, alm yang selalu menjadi motivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini dan tidak lupa pada ibu saya yang telah memberikan semangat dan dukungan yang begitu besar dan untuk nenek kakek saya mengucapkan terima kasih atas dukungan morilnya selama ini. Semoga skripsi ini salah satu yang cukup membanggakan untuk kalian.

5. Terima kasih untuk saudara/i dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan selama penyusunan skripsi.
6. Untuk *support system* saya (Bintang, Maya, Alep, Sisil, Cekput, Fani, Fira, Clara, Herlin, Dan Salsa) yang telah mewarnai hidup saya selama kuliah, saya mengucapkan terima kasih banyak atas dukungan dan kesabaran serta mendengarkan keluh kesah.

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

Jakarta,      Februari 2023

Shafira Puteri Feyzal Ridha



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</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>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi, Pembahasan, dan Rumusan Masalah.....	11
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	11
1.2.2 Pembahasan Masalah .....	11
1.2.3 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Kegunaan Penelitian .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>14</b>
2.1 Landasan Teori .....	14
2.1.1 Pemasaran .....	14
2.1.2 Costumer Bonding .....	22
2.1.3 Harga.....	27
2.1.4 Loyalitas Konsumen .....	36
2.2 Penelitian Terdahulu .....	40
2.3 Kerangka Pemikiran .....	44
2.4 Hipotesis Penelitian .....	46
2.4.1 Paradigma Penelitian.....	47

<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
3.1 Metode Yang Digunakan.....	49
3.2 Waktu Dan Tempat Penelitian.....	50
3.3 Operasionalisasi Variabel .....	50
3.3.1 Variabel Independen .....	50
3.3.2 Variabel Dependen.....	51
3.4 Sumber Dan Cara Penentuan Data .....	53
3.4.1 Jenis dan Sumber Data.....	53
3.4.2 Populasi dan Sampel .....	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	57
3.6 Rancangan Analisis Dan Uji Hipotesis .....	59
3.6.1 Uji Keabsahan Data .....	60
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.6.3 Uji Hipotesis .....	64
3.7 Alat Analisis yang Digunakan .....	66
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	66
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	66
3.7.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	67
3.7.4 Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	68
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>69</b>
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	69
4.1.1 Sejarah singkat Skintific .....	69
4.1.2 Visi dan misi Skintific.....	69
4.2 Analisis Deksriptif.....	70
4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	70
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	73
4.3 Uji Keabsahan Data .....	103
4.3.1 Uji Validitas .....	103
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	106
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	107
4.4.1 Uji Normalitas.....	108

4.4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	109
4.4.3 Uji Multikolinearitas .....	109
4.4.4 Uji Autokorelasi .....	111
4.5 Alat Analisis .....	111
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	111
4.5.2 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	113
4.5.3 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	114
4.6 Uji Hipotesis .....	116
4.6.1 Uji F .....	116
4.6.2 Uji T .....	117
4.7 Pembahasan .....	119
4.7.1 Pengaruh Customer Bonding Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen .....	120
4.7.2 Pengaruh Customer Bonding Terhadap Loyalitas Konsumen .....	121
4.7.3 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	122
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>124</b>
5.1 Simpulan .....	124
5.2 Saran .....	125
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>127</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>130</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Produk-Produk Skincare di Indonesia.....	3
Tabel 1.2 Produk <i>Skintific Skincare</i> .....	5
Tabel 1.3 Skala Likert .....	58
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	40
Tabel 3.1 Oprasional Variabel .....	51
Tabel 3.2 Interpretasi Nilai Hasil Tanggapan Responden Customer Bonding dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen .....	59
Tabel 3.3 Tabel Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	68
Tabel 4.1 Hasil perhitungan berdasarkan kategori jenis kelamin responden.....	70
Tabel 4.2 Hasil perhitungan berdasarkan kategori usia responden.....	70
Tabel 4.3 Hasil perhitungan berdasarkan kategori pendidikan terakhir responden.....	71
Tabel 4.4 Hasil perhitungan berdasarkan kategori pekerjaan responden .....	72
Tabel 4.5 Hasil perhitungan berdasarkan kategori pengeluaran perbulan responden.....	73
Tabel 4.6 Dimensi <i>Customer Bonding</i> P1 .....	74
Tabel 4.7 Dimensi <i>Customer Bonding</i> P2.....	75
Tabel 4.8 Dimensi <i>Customer Bonding</i> P3.....	76
Tabel 4.9 Dimensi <i>Customer Bonding</i> P4.....	77
Tabel 4.10 Dimensi <i>Customer Bonding</i> P5.....	78
Tabel 4.11 Dimensi <i>Customer Bonding</i> P6.....	79
Tabel 4.12 Dimensi <i>Customer Bonding</i> P7.....	80
Tabel 4.13 Dimensi <i>Customer Bonding</i> P8.....	81
Tabel 4.14 Dimensi <i>Customer Bonding</i> P9.....	82
Tabel 4.15 Dimensi Harga P1 .....	83
Tabel 4.16 Dimensi Harga P2 .....	84
Tabel 4.17 Dimensi Harga P3 .....	85
Tabel 4.18 Dimensi Harga P4 .....	86

Tabel 4.19 Dimensi Harga P5 .....	87
Tabel 4.20 Dimensi Harga P6 .....	88
Tabel 4.21 Dimensi Harga P7 .....	89
Tabel 4.22 Dimensi Harga P8 .....	90
Tabel 4.23 Dimensi Harga P9 .....	91
Tabel 4.24 Dimensi Harga P10 .....	92
Tabel 4.25 Dimensi Harga P11 .....	93
Tabel 4.26 Dimensi Harga P12 .....	94
Tabel 4.27 Dimensi Loyalitas Konsumen P1 .....	95
Tabel 4.28 Dimensi Loyalitas Konsumen P2.....	96
Tabel 4.29 Dimensi Loyalitas Konsumen P3.....	97
Tabel 4.30 Dimensi Loyalitas Konsumen P4.....	98
Tabel 4. 31 Dimensi Loyalitas Konsumen P5.....	99
Tabel 4.32 Dimensi Loyalitas Konsumen P6.....	100
Tabel 4.33 Dimensi Loyalitas Konsumen P7.....	101
Tabel 4.34 Dimensi Loyalitas Konsumen P8.....	102
Tabel 4.35 Dimensi Loyalitas Konsumen P9.....	103
Tabel 4.36 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Bonding</i> (X1) .....	104
Tabel 4.37 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	104
Tabel 4.38 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen(Y) .....	105
Tabel 4.39 Uji Reabilitas Variabel <i>Customer Bonding</i> (X1) .....	106
Tabel 4.40 Uji Reabilitas Variabel Harga (X2).....	107
Tabel 4.41 Uji Reabilitas Variabel Loyalitas Konsumen(Y) .....	107
Tabel 4.42 Hasil Uji Multikolinieritas .....	110
Tabel 4.43 Hasil Uji Autokorelasi .....	111
Tabel 4.44 Parameter Kuantitatif Variabel <i>Customer Bonding</i> dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen .....	112
Tabel 4.45 Parameter Kuantitatif Variabel <i>Customer Bonding</i> Terhadap Loyalitas Konsumen .....	113
Tabel 4.46 Parameter Kuantitatif Variabel Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	114

Tabel 4.47	Parameter Kuantitatif Kolerasi Berganda <i>Customer Bonding</i> dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen .....	115
Tabel 4.48	Parameter Kuantitatif Kolerasi Sederhana <i>Customer Bonding</i> Terhadap Loyalitas Konsumen .....	115
Tabel 4.49	Parameter Kuantitatif Kolerasi Sederhana Harga Terhadap Loyalitas Konsumen .....	116
Tabel 4.50	Parameter Kuantitatif Uji F Pengaruh <i>Customer Bonding</i> Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen .....	117
Tabel 4.51	Hasil Uji Parsial (uji t) Pengaruh <i>Customer Bonding</i> Terhadap Loyalitas Konsumen .....	118
Tabel 4.52	Hasil Uji Parsial (uji t) Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen .....	119
Tabel 4.53	Ringkasan Hasil Uji Hipotesis .....	120

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	45
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	47
Gambar 4.1 Grafik <i>normal probability plot</i> .....	108
Gambar 4.2 Grafik Hasil Uji <i>Heteroskedastisitas</i> .....	109

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	131
Lampiran 2 Identitas Responden.....	136
Lampiran 3 Tabulasi X1 .....	141
Lampiran 4 Tabulasi X2 .....	144
Lampiran 5 Tabulasi Y .....	147
Lampiran 6 Identitas responden Penelitian Pra Survey .....	150
Lampiran 7 Tabulasi Pra Survey Variabel X1 .....	151
Lampiran 8 Tabulasi Pra Survey Variabel X2 .....	152
Lampiran 9 Tabulasi Pra Survey Variabel Y .....	153
Lampiran 10 Rtabel.....	154
Lampiran 11 F table .....	154
Lampiran 12 T table .....	156