

HUBUNGAN KEPUASAN KONSUMEN (*CONSUMER SATISFACTION*) DENGAN LOYALITAS KONSUMEN PRODUK KOSMETIK GARNIER PADA REMAJA PUTRI DI SMA NEGERI 8 MALANG

SKRIPSI

**Disusun Oleh :
Ratih Indah Yuni Irawati
NIM : 08410076**



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2012**

HUBUNGAN KEPUASAN KONSUMEN (*CONSUMER SATISFACTION*) DENGAN LOYALITAS KONSUMEN PRODUK KOSMETIK GARNIER PADA REMAJA PUTRI DI SMA NEGERI 8 MALANG

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

**Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S. Psi)**

**Oleh :
Ratih Indah Yuni Irawati
08410076**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2012**

**HUBUNGAN KEPUASAN KONSUMEN (*CONSUMER SATISFACTION*) DENGAN LOYALITAS KONSUMEN
PRODUK KOSMETIK GARNIER PADA REMAJA PUTRI DI
SMA NEGERI 8 MALANG**

SKRIPSI

Oleh :
Ratih Indah Yuni Irawati
NIM : 08410076

Telah Disetujui oleh :
Dosen Pembimbing

Retno Mangestuti, M.Si
NIP. 19750220 200312 2 004

Tanggal 13 Juli 2012

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Prof. Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I
NIP. 19550717 198203 1 005

HUBUNGAN KEPUASAN KONSUMEN (*CONSUMER SATISFACTION*) DENGAN LOYALITAS KONSUMEN PRODUK KOSMETIK GARNIER PADA REMAJA PUTRI DI SMA NEGERI 8 MALANG

SKRIPSI

Oleh :
RATIH INDAH YUNI IRAWATI
NIM : 08410076

**Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salh Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S. Psi)
Tanggal 13 Juli 2012**

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI :
TANDA TANGAN**

1. Ketua Penguji : Andik Rony Irawan, M. Si, Psi ()
NIP. 150 294 454
2. Sekertaris/Pembimbing : Retno Mangestuti, M.Si ()
NIP. 19750220 200312 2 004
3. Penguji Utama : Drs. H. Djazuli, M. Pd. I ()
NIP. 150 019 224

Mengesahkan
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam (UIN) Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Prof. Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I
NIP. 19550717 198203 1 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RATIH INDAH YUNI IRAWATI
NIM : 08410076
Fakultas : PSIKOLOGI
Judul Skripsi : HUBUNGAN KEPUASAN KONSUMEN (*CONSUMER SATISFACTION*) DENGAN LOYALITAS KONSUMEN PRODUK KOSMETIK GARNIER PADA REMAJA PUTRI DI SMA NEGERI 8 MALANG

Menyatakan bahwa skripsi tersebut adalah karya saya sendiri dan bukan karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapat saksi akademis.

Malang, 13 Juli 2012
Peneliti,

Ratih Indah Yuni Irawati
08410076

MOTTO

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ
هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ ﴿١٨﴾

Yang mendengarkan Perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya[1311]. mereka Itulah orang-orang yang telah diberi Allah petunjuk dan mereka Itulah orang-orang yang mempunyai akal

(Az-Zumar ayat 18)

PERSEMBAHAN

Dengan segenap jiwa, kupersembahkan karya ini untuk :

Penguasa Jagat Raya, Tuhanku Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap langkahku. Takkan pernah henti ku berucap rasa syukuku pada-Mu ya Robb

Ayah dan bundaku tercinta, yang selalu membimbingku dan memberikanku dukungan motivasi, moril maupun materiil, tiada seorangpun yang dapat menggantikan posisi terbaik kalian.

Datukku tersayang, Datuk Uti dan Datuk Alem. Datuk Yahya terimakasih engkau selalu memberikan kata-kata inspiratif pencerah jiwa.

Adeku terkasih, Marissa dan Zahra yang selalu menemaniku dan memberikan candaan dikala aku lelah dan terpuruk.

Terimakasih banyak kepada Bapak Andik Roni Irawan, M.Si. P.Si yang selalu memberikan penyujuk dan insirator penggerak semangat.

Ibu Retno Mangestuti, M.Si yang selalu sabar membimbingku dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Sahabatku seperjuangan Angkatan 2008 Psikologi, Vivi Dyah Kirana yang selalu ada dan tempatku berbagi bersama, Vivid Amalia, Akmal Mizan, Wiwik, Naya, Bagus jezz, Virdha dan Awen kalian yang membuat hidupku menjadi lebih berwarna, dengan hiforia dan keceriaan yang selalu terpancar, kitalah calon-calon generasi muda, penuh semangat, dan berprestasi.

Seseorang yang selalu mengajarku untuk senantiasa pintar mengelola waktu, disiplin dan penuh kesederhanaan, Fatkhur Mutaqqin Amin. Sahabatku Dedi Adriyanto yang memberikan wacana-wacana pengetahuan baru.

Terimakasih atas semua Doa, Pengorbanan, Kasih Sayang, Perhatian dan Dukungan yang terus mengalir untukku Kalian yang terbaik.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Dzat yang telah melimpahkan segala karunia-Nya kepada manusia. Dialah yang telah meninggikan langit dengan tanpa penyanggah sedikitpun dan yang telah menghamparkan bumi dengan segala kenikmatan yang terkandung didalamnya. Shalawat dan salam semoga tetap terhaturkan kepada nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi seluruh umat manusia. Dengan mengucap syukur Alhamdulillah saya dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi dengan judul “Hubungan Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas Konsumen Produk Kosmetik Garnier di SMA Negeri 8 Malang”.

Terselesaikannya penelitian ini tak luput dari bimbingan serta dorongan dari para pembimbing yang dengan kesabarannya memberikan bimbingan serta motivasi pada kami, demi terwujudnya penelitian ini. Untuk itu kami ucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. DR. H. Imam Suprayogo selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak DR. H. Mulyadi, M. Pd selaku dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu. Retno Mangestuti, M. Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, motivasi dan banyak meluangkan waktunya demi terselesaikannya skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan bekal ilmu yang sangat bermanfaat bagi kami.
5. Segenap guru BK SMA Negeri 8 Malang yang telah membantu dan memberikan pengarahan kepada kami demi lancarnya proses pengerjaan skripsi.
6. Seluruh siswa-siswi yang telah berkenan membantu membarikan informasi guna terwujudnya penelitian ini.
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan semangat dalam penulisan skripsi ini.

Semoga semua do'a, informasi, motivasi serta inspirasi yang telah diberikan kepada penulis, mendapat balasan dari Allah SWT dan menjadi amal baik di akhirat kelak. Akhirnya dengan segala keterbatasan pengetahuan peneliti, sekiranya dengan segala kelebihan dan kekurangannya pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan khasanah keilmuan khususnya bagi jurusan psikologi dan semua pihak yang bersangkutan.

Malang, 3 Juli 2012

Peneliti

Ratih Indah Yuni I.
NIM : 08410076

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR SKEMA	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Loyalitas Konsumen (<i>Consumer Loyalty</i>)	16
1. Pengertian Loyalitas Konsumen	16
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	19
3. Karakteristik Konsumen Loyal	20
4. Mengembangkan Loyalitas Pelanggan.....	20
B. Kepuasan Konsumen (<i>Consumer Stisfaction</i>)	23
1. Pengertian Kepuasan	23

2.	Pengertian Kepuasan Konsumen	23
3.	Ciri-ciri Kepuasan Konsumen	27
4.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	29
C.	Kosmetik	32
	Pengertian Kosmetik	32
	1. Tinjauan tentang Kosmetika Garnier	34
D.	Remaja	38
	Pengertian Remaja	38
	Ciri-Ciri Masa Remaja	39
	1. Tugas-Tugas Perkembangan Remaja	43
E.	Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen ..	45
F.	Pandangan Loyalitas dan Kepuasan konsumen dalam Al-Qur'an	47
BAB III	METODE PENELITIAN	52
A.	Identifikasi Variabel Penelitian	52
B.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	52
C.	Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	53
D.	Metode Pengumpulan Data	56
	1. Metode kuesioner atau angket	56
	2. Wawancara	58
	3. Dokumentasi	59
E.	Proses Penelitian	59
F.	Validitas dan Reabilitas	60
G.	Analisis Data	63
BAB IV	ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	69
A.	Deskripsi Objek Penelitian	69
	1. Siswi SMA Negeri 8 Malang	69
	2. Kosmetik Garnier	73
B.	Pelaksanaan Penelitian	76
C.	Analisis Data Hasil Penelitian	77

1. Analisis data Kepuasan Konsumen	77
2. Analisis data Loyalitas Konsumen.....	80
3. Analisis Pengujian Hipotesis	82
D. Pembahasan	87
BAB V PENUTUP	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran	91
1. Bagi Sekolah	91
2. Bagi Remaja Putri	92
3. Bagi Perusahaan	92
4. Bagi Peneliti Lain	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1	Pengembangan Loyalitas Konsumen Keterikatan	21
TABEL 2.2	Pengembangan Loyalitas Data Konsumen Premium	23
TABEL 3.1	Rekap Jumlah Siswa Bulan Januari Tahun Ajaran 2011/2012	55
TABEL 3.2	Kategorisasi Angket	57
TABEL 3.3	Blueprint Angket Kepuasan Konsumen	58
TABEL 3.4	Blueprint Angket Loyalitas Konsumen	58
TABEL 3.5	Hasil Uji Reliabilitas Angket Kepuasan Konsumen	63
TABEL 3.6	Hasil Uji Reliabilitas Angket Loyalitas Konsumen	63
TABEL 3.7	Standart Pembagian Kategorisasi	65
TABEL 3.8	Kategorisasi <i>Mean</i>	66
TABEL 3.9	Kriteria Interpretasi Angka Koefisien Korelasi	67
TABEL 4.1	Umur Subjek Penelitian	72
TABEL 4.2	Kelas Subjek Penelitian	72
TABEL 4.3	Deskripsi Statistik Kepuasan Konsumen (<i>Consumer Satisfaction</i>)	78
TABEL 4.4	Distribusi tingkat Kepuasan Konsumen	79
TABEL 4.5	Pengkategorian dengan <i>Mean</i> Hipotetik	81
TABEL 4.6	Distribusi tingkat Loyalitas Konsumen	82
TABEL 4.7	<i>Correlations</i> Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen	83
TABEL 4.8	Hasil Korelasi Kepuasan Dengan Loyalitas Konsumen	83
	Produk Kosmetik Garnier	
TABEL 4.9	Hasil Uji Normalitas	84
TABEL 4.10	Hasil Uji linieritas	86

DAFTAR SKEMA

SKEMA 1	Skema 1 Strategi pemasaran, Edisi II Konsep kepuasan konsumen	28
SKEMA 2	Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen <i>Relation between Satisfaction & Loyalty</i>	45
SKEMA 3	Rancangan Penelitian	51

DAFTAR LAMPIRAN

1. Uji Coba Skala Kepuasan Konsumen
2. Uji Coba Skala Loyalitas Konsumen
3. Angket Kepuasan Konsumen
4. Angket Loyalitas Konsumen
5. Skor Jawaban Kepuasan Konsumen Uji Coba
6. Skor Jawaban Loyalitas Konsumen Uji Coba
7. Skor Jawaban Angket Kepuasan Konsumen
8. Skor Jawaban Angket Loyalitas Konsumen
9. Hasil Uji Validitas *Instrument* Kepuasan Konsumen
10. Hasil Uji Validitas *Instrument* Loyalitas Konsumen
11. Hasil Uji Normalitas
12. Hasil Uji Linieritas
13. Hasil Uji Korelasi *Product Moment*
14. Surat Izin Penelitian
15. Surat Bukti Penelitian
16. Bukti Konsultasi

ABSTRAK

Indah Yuni I, Ratih. 2012. Hubungan Kepuasan Konsumen (*Consumer Satisfaction*) dengan Loyalitas Konsumen Produk Kosmetik Garnier Pada Remaja Putri di Sma Negeri 8 Malang kelas. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing : Retno Mangestuti, M.Si

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Produk Kosmetik Garnier

Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan konsumen dipenuhi. Kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*) merupakan penyebab terjadinya loyalitas konsumen sehingga kepuasan pelanggan sangat mempengaruhi loyalitas konsumen. Fenomena yang muncul ke permukaan dalam masyarakat Indonesia saat ini adalah penggunaan krim pemutih dan banyaknya *beauty clinic* yang mempermudah dalam perawatan wajah demi memenuhi kepuasan konsumen yang semakin meningkat terutama di kalangan remaja. Kosmetik mempunyai arti, peran, dan fungsi tersendiri khususnya bagi mereka yakni dengan memakai kosmetik dapat meningkatkan rasa percaya diri yang tinggi.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian dilakukan pada remaja putri di SMA Negeri 8 Malang. Subjek *try out* memiliki karakteristik yang sama dengan subjek penelitian ($n=17$). Dari hasil *Try out* mereka memilih produk kosmetik Garnier karena berbahan alami dan juga aman bagi kesehatan. Subjek penelitian berjumlah 81 orang yang dipilih menggunakan *purposive random*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan tingkat kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen pengguna produk kosmetik Garnier pada remaja putri SMA Negeri 8 Malang kelas X dan XI. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ada hubungan yang positif antara Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen Pengguna Produk Kosmetik Garnier. Hasil penelitian diketahui bahwa Kepuasan Konsumen berada di tingkat yang tinggi dengan prosentase 100%, sedangkan Loyalitas Konsumen berada pada kategori tinggi juga dengan prosentase 89%. Berdasarkan output software SPSS 19.00, diperoleh hasil bahwa antara kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen pengguna produk kosmetik terjadi korelasi yang signifikan $r_{xy} = 0,701$; $sig = 0,000 < 0,05$. Dengan kata lain, Semakin tinggi kepuasan konsumen maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas konsumen terhadap suatu produk atau merek tersebut.

ABSTRACT

Indah Yuni I, Ratih. 2012. The Relationship of Satisfaction Consumers (Consumer Satisfaction) with the Consumer Loyalty of Cosmetic Products of the Consumers Using Garnier Cosmetics. Psychology of Islamic State University of Maulana Malik Ibrahim.

Advisor : Retno Mangestuti, M.Si

Key Words : Advrtisement Perception, Consumers' Loyalty

Consumer satisfaction is a State where the desires, expectations and consumer needs are met. Satisfaction of consumers is the cause of the occurrence of consumer loyalty so that customer satisfaction greatly influences consumer loyalty. The phenomenon is surfacing in society today is the use of Indonesia cream bleach and many beauty clinic which facilitate in the treatment of the face in order to meet the increasing consumer satisfaction, especially among teenagers. Cosmetics has the meaning, function and its role, particularly for those with cosmetics can boost self-confidence are high.

These studies use quantitative methods. Research student in SMA Negeri 8 Malang that have the same characteristics with research subjects (n = 17). Try out their results from choosing cosmetic products made from natural and Garnier because is also safe for health. Subject research amounted to 81 people were selected using random purposive.

This research aims to determine the level of satisfaction with the relationship consumer loyalty in consumer cosmetic products users on grad-student Garnier SMA Negeri 8 Malang class X and XI. The hypothesis put forward in the study there is a positive relationship between Satisfaction with the Consumer Loyalty of users of cosmetic products Garnier. Results of the study revealed that Consumers are on the level of Satisfaction with a high percentage of 100%, whereas Consumer Loyalty are on high percentage category also with 89%. Based on the output of the software SPSS 11.8, retrieved result that consumer satisfaction with loyalty among consumers cosmetic products users occurs a significant correlation $r_{xy} = 0,701$; $sig = 0.000 < 0.05$. in other words, the higher consumer satisfaction then the higher levels of consumer loyaty also against a product or brand.

خصاً شحباً

(رضا المستهلك) العلاقات رضا المستهلك. 2012 منعام. أناجميلة، روث Yuni
فئة ما لانغو الحادي عشر X 8 معغار نبيهو لاء المستهلك منتجاً مستحضر انا لتجميلاً فيسما تلميذاً لتغيير
كلية علم النفس، الدولة الإسلامية من جامعة الملكم لاناغرا اهي ممولانا
المستشار: RetnoMangestuti، M.Si

رضا المستهلك، ولاء العملاء، غار نبيهم مستحضر انا لتجميل: كلمات البحث
(رضا المستهلك) رضا المستهلك. رضا المستهلك بالدولة التي تقيمها تلي بتر غباتو أمالو احتياجات المستهلكين
هو السبب في ولاء المستهلك أن يؤثر على رضا العملاء ولاء العملاء
الظاهر التظهر تقي المجتمع لاندو نيسيا ليو مهو استخدام كرمات التبييضو عيادة الجمال أسهل بكثير في العناية بالبشرمة من أجا
لتلبية تزايد رضا العملاء، لاسيما في صفوف المراهقين
مستحضر انا لتجميل المعاني، والأدوار، وخاصة بالنسبة للمهام الخاصة بهم عن طريق قياس استخدام مستحضر انا لتجميل لتقييم
كنا تتر بدتت كنفس كعالية
8 SMA أجريت الدراسة على طلبة المدارس. هذا الدراسة تستخدم أساليب الكمية
(17 = ن) محاولة الخروج من موضوع علم نفس الخصائص الخاضعة للدراسة. ما لانغ
حاول استخلاص النتائج من منتجاتها المصنوعة من اختيار مستحضر انا لتجميل لطبيعية و غار نبيهو كذا كأمنا للصحة
شخصاً اختيار عشوائياً استخدام أهداف 81 ترقيم المواد
تهدف هذه الدراسة لتحديد العلاقة بين رضا المستهلك مع استخدام ولاء المستهلك من منتجات انا لتجميل غار نبيهم تلميذات
8 نغير بما لانغ SMA
فصولا العاشر والحادي عشر
الفرضية المقترحة في هذه الدراسة وجود علاقة ايجابية بين رضا المستهلك مع المنتجات ولاء العملاء غار نبيهم المستخدمون
وكشفت نتائج الاستطلاع أن رضا المستهلك يعلم مستو بعالم نسبة تجميل
SPSS استناداً إلى آخر اجمنبر نامج. 89%، في حين أن ولاء المستهلك كفاءة مئوية عالية جداً من 100
r، النتائج التي تم الحصول عليها أن رضا المستهلك مع استخدام ولاء المستهلك من منتجات انا لتجميل و جودار تباط كبير 19.00
xy = 0.701؛ SIG = 0.000 < 0.05.
وبعبارة أخرى، أعل رضا العملاء، وارتفاع مستو ولاء المستهلك للمنتج أو علامة تجارية