

## 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.