



**“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN”**

**(Studi pada Pelanggan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong)**

**Skripsi**

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1  
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro Semarang**

**Penyusun**

**Nama : Natalia Puji Lestari**

**NIM : 14020212120012**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2017**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Natalia Puji Lestari  
NIM : 14020212120012  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

**Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong)**

adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi dan karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, Juni 2017

Pembuat pernyataan,

Natalia Puji Lestari  
NIM. 14020212120012

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong)**

Nama Penyusun : Natalia Puji Lestari

NIM : 14020212120012

Departemen : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1**

Dekan, Semarang, Agustus 2017  
Wakil Dekan I

Dr. Sunarto, M.Si  
NIP. 19660727 199203 1 001

Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si  
NIP. 19610510 1989902 1 002

### **Dosen Pembimbing :**

1. Drs. Agus Hermani DS, MM (.....)

### **Dosen Penguji :**

1. Dra. Rodhiyah, SU (.....)

2. Dra. Apriatni EP, M.Si (.....)

3. Drs. Agus Hermani DS, MM (.....)

**MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Berharaplah kepada TUHAN, dari sekarang  
sampai selama-lamanya”**

**(Mazmur 131 : 3)**

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

**Bapak dan Ibu**

**Mas Joko dan Mas Wahyu**

## ABSTRAK

### **Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong)**

Kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tinggi rendahnya loyalitas pelanggan. Dengan adanya produk yang dihasilkan dengan kualitas baik dan pelayanan yang diberikan dengan kualitas baik, maka akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*, dengan sampel 100 responden pelanggan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* dan *purposive sampling* dengan kriteria responden berusia lebih dari 15 tahun, memiliki *member card* dan minimal dalam 3 bulan terakhir aktif menggunakan produk dan jasa *treatment* kecantikan di Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala pengukuran Likert. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi (R), regresi linear sederhana, koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji t dan uji F dengan menggunakan program SPSS.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, yang artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap tinggi rendahnya loyalitas pelanggan. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang kuat terhadap loyalitas pelanggan yang dibuktikan dengan koefisien korelasinya (R) sebesar 0,711.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan**

## **ABSTRACT**

### **The Influence of Product and Service Quality to Customer's Loyalty (Study on Al-Zena Skin Care Branch Winong Customer)**

Product and service quality are the factors that can influence the high loyalty of Al-Zena Skin Care Pati of Branch Winong's customers. With the good quality products and good services, it will further increase the loyalty of Al-Zena Skin Care Pati of Branch Winong customers.

The purpose of this study is to determine the effects of product and service quality of Al-Zena Skin Care Pati of Branch Winong's customers. The type of research used is accidental sampling and explanatory research, with samples of 100 respondents of Al-Zena Skin Care Pati of Branch Winong's customers. The sampling technique used is purposive sampling with the criteria of respondents aged over 15 years who have a member card and at least they are active in the last 3 months in using products and the beauty treatment in Al-Zena Skin Care Pati of Branch Winong. Data collection using questionnaires with Likert measurement scale. The researcher uses many kinds of data analysis such as validity test, reliability test, correlation coefficient (R), and simple linear regression, coefficient of determination (R<sup>2</sup>), t test and F test by using SPSS program.

The results of this study concludes that product and service quality have strong and significant influences on customer loyalty, either partially or simultaneously. Product and service quality together have a positive effect on customer's loyalty, which means product and service quality give influences to the level of customer's loyalty. Product and service quality have strong influences on customer's loyalty as it is evidenced by the correlation coefficient (R) of 0.711.

**Keywords: Product and Service Quality, Customer's Loyalty**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan kasih dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong)”**. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program Sarjana Strata 1 (S1) Departemen Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan berhasil tanpa adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah mendorong dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Sunarto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.
2. Ibu Bulan Prabawani S,Sos, MM, Ph.D selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. Ibu Dra. Apriatni EP, M.Si selaku dosen wali yang telah berkenan membantu dan memberi arahan selama penulis menempuh masa studi.
4. Bapak Drs. Agus Hermani DS, MM selaku dosen pembimbing yang telah berkenan membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Ibu Dra. Rodhiyah, SU selaku dosen penguji yang telah berkenan memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dosen UNDIP, khususnya Departemen Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Bapak Indiyanto Nur Setiyadi dan dr. Novy Oktaviana selaku *owner* Al-Zena Skin Care Pati yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong.
8. Karyawan di Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong yang selalu ramah dan dengan segenap hati bersedia membantu saya selama penelitian.

9. Semua pihak yang telah membantu serta hadir dalam kehidupan saya yang mungkin tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kata sempurna sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, Juni 2017

Penulis,

Natalia Puji Lestari

NIM. 14020212120012



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Landasan Teori.....	10
1.4.1 Loyalitas Pelanggan.....	10
1.4.2 Kualitas Produk.....	16
1.4.3 Kualitas Pelayanan.....	20
1.4.4 Hubungan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan.....	23
1.4.4.1 Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan.....	23
1.4.4.2 Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan.....	26
1.5 Penelitian Terdahulu.....	28
1.6 Hipotesis.....	30
1.7 Definisi Konseptual.....	31
1.7.1 Loyalitas Pelanggan.....	31
1.7.2 Kualitas Produk.....	32
1.7.3 Kualitas Pelayanan.....	32
1.8 Definisi Operasional.....	32
1.8.1 Loyalitas Pelanggan.....	32
1.8.2 Kualitas Produk.....	33

1.8.3	Kualitas Pelayanan.....	34
1.9	Metode Penelitian.....	35
1.9.1	Tipe Penelitian.....	35
1.9.2	Populasi dan Sampel.....	36
1.9.2.1	Populasi.....	36
1.9.2.2	Sampel.....	36
1.9.3	Jenis dan Sumber Data.....	38
1.9.4	Teknik Pengumpulan Data.....	39
1.9.5	Teknik Pengolahan Data.....	40
1.9.6	Teknik Analisis Data.....	42

## BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	53
2.1.1	Sejarah Al-Zena Skin Care Pati.....	53
2.1.2	Visi dan Misi Al-Zena Skin Care Pati.....	54
2.1.3	Logo Al-Zena Skin Care Pati.....	55
2.1.4	Struktur Organisasi Al-Zena Skin Care Pati.....	56
2.1.5	Produk dan Jasa <i>Treatment</i> Kecantikan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong.....	59
2.1.5.1	Produk Kecantikan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong.....	59
2.1.5.2	Jasa <i>Treatment</i> Kecantikan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong.....	67
2.2	Gambaran Identitas Responden.....	69
2.2.1	Responden Berdasarkan Usia.....	69
2.2.2	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	70
2.2.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
2.2.4	Responden Berdasarkan Besarnya Pengeluaran.....	72
2.2.5	Responden Berdasarkan Darimana Mengenal Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong.....	73

BAB III PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AL-ZENA SKIN CARE PATI  
CABANG WINONG

3.1	Uji Validitas.....	76
3.2	Uji Reliabilitas.....	80
3.3	Kualitas Produk Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong.....	82
3.3.1	Keragaman Produk.....	83
3.3.2	Kesesuaian Fungsi Produk dengan Manfaat yang Diberikan.....	84
3.3.3	Daya Tahan Kemasan Produk.....	85
3.3.4	Keragaman Jasa <i>Treatment</i> .....	86
3.3.5	Kesesuaian Fungsi Jasa <i>Treatment</i> dengan Manfaat yang Diberikan.....	87
3.3.6	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk....	88
3.3.7	Kategorisasi Kualitas Produk.....	90
3.4	Kualitas Pelayanan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong.....	93
3.4.1	Kemampuan Dokter Menjalankan Tugasnya.....	94
3.4.2	Sikap Dokter Saat Melayani Pelanggan.....	95
3.4.3	Kemampuan <i>Beautician</i> Menjalankan Tugasnya.....	96
3.4.4	Sikap <i>Beautician</i> Saat Melayani Pelanggan.....	97
3.4.5	Kelengkapan Peralatan Jasa <i>Treatment</i> .....	98
3.4.6	Kualitas Peralatan Jasa <i>Treatment</i> .....	99
3.4.7	Kenyamanan Ruangan.....	100
3.4.8	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan.....	101
3.4.9	Kategorisasi Kualitas Pelayanan.....	104
3.5	Loyalitas Pelanggan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong.....	107
3.5.1	Frekuensi Pembelian Produk.....	108
3.5.2	Pembelian Antar Lini Produk.....	109
3.5.3	Ketertarikan pada Produk dari Klinik Kecantikan Lain.....	110
3.5.4	Frekuensi Penggunaan Jasa <i>Treatment</i> .....	111
3.5.5	Penggunaan Antar Lini Jasa <i>Treatment</i> .....	112
3.5.6	Ketertarikan pada Jasa <i>Treatment</i> dari Klinik Kecantikan Lain.....	113
3.5.7	Kesediaan Merekomendasikan ke Orang Lain.....	115

3.5.8	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan.....	116
3.5.9	Kategorisasi Loyalitas Pelanggan.....	118
3.6	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong.....	121
3.6.1	Koefisien Korelasi.....	121
3.6.2	Koefisien Determinasi.....	124
3.6.3	Koefisien Regresi Sederhana.....	125
3.6.4	Uji t.....	127
3.7	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong.....	129
3.7.1	Koefisien Korelasi.....	129
3.7.2	Koefisien Determinasi.....	132
3.7.3	Koefisien Regresi Sederhana.....	133
3.7.4	Uji t.....	135
3.8	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong.....	136
3.8.1	Koefisien Korelasi.....	137
3.8.2	Koefisien Determinasi.....	138
3.8.3	Koefisien Regresi Sederhana.....	139
3.8.4	Uji F.....	141
3.9	Pembahasan.....	144
BAB IV PENUTUP.....		157
DAFTAR PUSTAKA.....		162

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Hipotesi.....	30
Gambar 1.2	Kurva Hasil Uji t.....	51
Gambar 1.3	Kurva Hasil Uji F.....	52
Gambar 2.1	Logo Al-Zena Skin Care Pati.....	55
Gambar 2.2	Struktur Organisasi Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong.....	57
Gambar 2.3	<i>Day Cream</i> .....	60
Gambar 2.4	<i>Night Cream</i> .....	61
Gambar 2.5	<i>Cleansing</i> .....	61
Gambar 2.6	<i>Face Tonic</i> .....	62
Gambar 2.7	<i>Face Wash</i> .....	63
Gambar 2.8	<i>Serum</i> .....	63
Gambar 2.9	<i>Bedak</i> .....	64
Gambar 2.10	<i>Handbody Lotion</i> .....	65
Gambar 2.11	<i>Body Wash</i> .....	65
Gambar 2.12	<i>Lip Care</i> .....	66
Gambar 2.13	<i>Eye Gel</i> .....	66
Gambar 3.1	Hasil Uji t Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	128
Gambar 3.2	Hasil Uji t Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan....	136
Gambar 3.3	Kurva Hasil Uji F.....	143

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pengunjung Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong Periode Juli-Desember 2016.....	5
Tabel 1.2	Data Keluhan Pengunjung Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong Periode Tahun 2016.....	6
Tabel 1.3	Skala Likert.....	42
Tabel 1.4	Tabel Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	49
Tabel 2.1	Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 2.2	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	71
Tabel 2.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel 2.4	Responden Berdasarkan Besarnya Pengeluaran.....	73
Tabel 2.5	Responden Berdasarkan Dimana Mengenal Al-Zena Skin Care Pati Cabang Winong.....	74
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	77
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	78
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	80
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan.....	81
Tabel 3.5	Persepsi Responden Tentang Keragaman Produk.....	83
Tabel 3.6	Persepsi Responden Tentang Kesesuaian Fungsi Produk dengan Manfaat yang Diberikan.....	84
Tabel 3.7	Persepsi Responden Tentang Daya Tahan Kemasan Produk.....	85
Tabel 3.8	Persepsi Responden Tentang Keragaman Jasa <i>Treatment</i> .....	87
Tabel 3.9	Persepsi Responden Tentang Kesesuaian Fungsi Jasa <i>Treatment</i> dengan Manfaat yang Diberikan.....	88
Tabel 3.10	Nilai Rerata Indikator Variabel Kualitas Produk.....	89
Tabel 3.11	Kategorisasi Variabel Kualitas Produk.....	92
Tabel 3.12	Persepsi Responden Tentang Kemampuan Dokter Menjalankan Tugasnya.....	94

Tabel 3.13	Persepsi Responden Tentang Sikap Dokter Saat Melayani Pelanggan.....	95
Tabel 3.14	Persepsi Responden Tentang Kemampuan <i>Beautician</i> Menjalankan Tugasnya.....	97
Tabel 3.15	Persepsi Responden Tentang Sikap <i>Beautician</i> Saat Melayani Pelanggan.....	98
Tabel 3.16	Persepsi Responden Tentang Kelengkapan Peralatan Jasa <i>Treatment</i> .....	99
Tabel 3.17	Persepsi Responden Tentang Kualitas Peralatan Jasa <i>Treatment</i> .....	100
Tabel 3.18	Persepsi Responden Tentang Kenyamanan Ruangan.....	101
Tabel 3.19	Nilai Rerata Indikator Variabel Kualitas Pelayanan.....	103
Tabel 3.20	Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan.....	106
Tabel 3.21	Persepsi Responden Tentang Frekuensi Pembelian Produk.....	108
Tabel 3.22	Persepsi Responden Tentang Pembelian Antar Lini Produk.....	109
Tabel 3.23	Persepsi Responden Tentang Ketertarikan pada Produk dari Klinik Kecantikan Lain.....	111
Tabel 3.24	Persepsi Responden Tentang Frekuensi Penggunaan Jasa <i>Treatment</i> .....	112
Tabel 3.25	Persepsi Responden Tentang Frekuensi Penggunaan Antar Lini Jasa <i>Treatment</i> .....	113
Tabel 3.26	Persepsi Responden Tentang Ketertarikan pada Jasa <i>Treatment</i> dari Klinik Kecantikan Lain.....	114
Tabel 2.27	Persepsi Responden Tentang Kesiediaan Merekomendasikan ke Orang Lain.....	116
Tabel 3.28	Nilai Rerata Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan.....	117
Tabel 3.29	Kategorisasi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	120
Tabel 3.30	Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	122
Tabel 3.31	Tabel Silang Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	123

Tabel 3.32	Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	125
Tabel 3.33	Hasil Uji Regresi Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	126
Tabel 3.34	Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	130
Tabel 3.35	Tabel Silang Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	131
Tabel 3.36	Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	132
Tabel 3.37	Hasil Uji Regresi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	133
Tabel 3.38	Koefisien Korelasi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	138
Tabel 3.39	Koefisien Determinasi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	139
Tabel 3.40	Hasil Uji Regresi Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	140
Tabel 3.41	Uji F.....	142