



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERIKLANAN
YOUTUBE TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA WARDAH
KOSMETIK DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

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

Penyusun

Bunga Indah Permata

14020214120055

**ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2018**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bunga Indah Permata
NIM : 14020214120055
Tempat/ Tanggal Lahir : Semarang, 06 Mei 1996
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERIKLANAN YOUTUBE
TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA BRAND WARDAH KOSMETIK
DI KOTA SEMARANG**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana dipergunakan.

Semarang, 07 Juni 2018

Pembuat Pernyataan

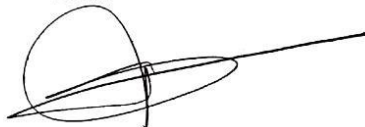
PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Periklanan Youtube terhadap
Loyalitas Pengguna Wardah Kosmetik di Kota Semarang
Nama Penyusun : Bunga Indah Permata
NIM : 14020214120055
Program Studi : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, 07 Juni 2018

Dekan



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

Wakil Dekan I



Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si
NIP. 19610510 198902 1 002

Dosen Pembimbing :

1. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si

()

Dosen Penguji Skripsi :

1. Prof. Dr. Dra. Naili Farida, M.Si

()

2. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB

()

3. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si

()

MOTTO

Belajarlal Mengalah Sampai Tak Seorangpun yang Bisa Mengalahkanmu

Belajarlal Merendah Sampai Tak Seorangpun yang Bisa Merendahkanmu

Gobind Vashdev

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

Orang tua serta seluruh keluarga terbaik saya yang selalu memberikan cinta,

dukungan, doa, kepercayaan dan kasih sayang tiada henti dan selalu ada

disetiap waktu ketika saya butuh, dan senantiasa mendengarkan segala keluh

kesah saya selama penyusunan skripsi ini.

Teman-teman Administrasi Binis angkatan 2014 yang telah menjadi keluarga

terbaik yang pernah saya temui.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Periklanan YouTube terhadap Loyalitas Pengguna Brand Wardah Kosmetik di Kota Semarang.** Penulisan skripsi melibatkan banyak pihak yang telah membantu dengan doa, dukungan yang tulus dan ikhlas, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada kesempatan yang mulia ini, penulis ingin menyampaikan beberapa ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Sunarto, M. Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Bulan Prabawani, S.Sos, MM, Ph.D, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
3. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si, selaku sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing saya dan telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB, selaku wali dosen dan dosen penguji yang telah memberikan bimbingan dan dorongan untuk saya selama kuliah.

5. Prof. Dr. Naili Farida, M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan saran untuk penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Ibu dosen pengajar Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan bekal ilmu dan membimbing serta mengarahkan penulis sehingga dapat melakukan penulisan skripsi ini.
7. Karyawan PT. Paragon Technology and Innovation Semarang terutama Mbak Duhita dan Mbak Diannisa, yang telah membantu saya selama penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh responden di Kota Semarang dan sekitarnya yang telah banyak membantu mengisi kuesioner dalam penyusunan skripsi ini.
9. Lutfitona Ridho Pambudi, Nur Atika Ramawati, Indah Putri Marliani, Tasya Rire Renata, Septi Puspitasari, Farizka Ayuningtyas, dan Inggar yang telah mengajari saya bagaimana cara untuk menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis, yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat yang nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, Maret 2018

Bunga Indah Permata

14020214120055

ABSTRAK

Kosmetik kecantikan merupakan salah satu hal terpenting dan menjadi kebutuhan pokok bagi kaum perempuan untuk mempercantik penampilan dan merawat kesehatan kulit. PT. *Paragon Technology and Innovation* menciptakan produk kosmetik kecantikan salah satunya yaitu Wardah Kosmetik dengan tagline *inspiring beauty* yang memiliki *market share* pada tahun 2016 sebesar 34,5% tingkat nasional dan Wardah kosmetik di Kota Semarang memiliki penurunan jumlah counter dari tahun 2013–2017 dibandingkan dengan Kota Kudus yang semakin meningkat dan berkembang. Hal tersebut disebabkan oleh persaingan dalam dunia kosmetik kecantikan yang semakin ketat baik dari kualitas produk maupun periklanan yang digunakan untuk mempertahankan hati konsumen.

Penelitian ini bertujuan agar mengetahui pengaruh yang diberikan oleh kualitas produk dan periklanan YouTube terhadap loyalitas pelanggan Wardah Kosmetik di Kota Semarang. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *sampling purposive*, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner *google docs*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden perempuan di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif dengan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji regresi sederhana dan berganda, signifikansi uji t, dan uji F

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan periklanan YouTube memiliki pengaruh yang kuat dan positif terhadap loyalitas pelanggan Wardah Kosmetik di Kota Semarang. Variabel kualitas produk dan periklanan YouTube menunjukkan 0,856 bahwa hubungan kedua variabel terhadap loyalitas pelanggan memiliki hubungan sangat kuat. Variabel kualitas produk pada uji determinasi (R square) menunjukkan 71,9% mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga 28,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Variabel periklanan YouTube pada uji determinasi (R square) menunjukkan 64,1% mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga 35,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : Kualitas Produk, Periklanan YouTube, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Beauty cosmetics are one of women's most important things and basic needs to beautify their appearances and also as a skincare treatment. PT. Paragon Technology and Innovation is the one of manufacturers that creates a beauty cosmetic product. One of its product, Wardah Kosmetik with the tagline "inspiring beauty", has a market share numbered as 34,5% in 2016 at national level. Meanwhile, at the number of counters from year 2013-2017, Wardah Kosmetik counter numbers in Semarang have decreased in comparison with Kudus which is significantly increasing and developing. That is caused by competition in beauty cosmetics market which is getting tighter both in product quality and advertisement that is used to preserve the hearts of consumers.

This research's aim is to know the influence given by product quality and Youtube advertising to Wardah Kosmetik consumers' loyalty in Semarang. The type of the research that is used is explanatory research. The sampling technique that is used is nonprobability sampling with sampling purposive method and the data is collected by questionnaires in Google Docs. The number of sample that is used is 100 women respondents in Semarang. This research uses quantitative and qualitative analysis with validity test, reliability test, correlation coefficient, determination coefficient, simple and multiple regression test, T test significance and F test.

The result of the research shows that product quality and Youtube advertisements variables have a strong and positive influence to Wardah Kosmetik consumers loyalty in Semarang. Product quality and Youtube Advertisement variable shown as 0,856; it shows that both variables and consumers loyalty have a strong relation. Product quality variable on determination test (R square) shows that 71,9% of it influences consumers loyalty, meanwhile the rest of 28,1% is influenced by another factors. Youtube advertisement variable at determination test (R square) shows a number of 64,1% is influencing consumers loyalty while another 35,9% is influenced by another factors.

Keywords : Product Quality, Youtube Advertisement, Consumers Loyalty

DAFTAR ISI

SKRIPSI	I
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	II
PENGESAHAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
MOTTO	IV
PERSEMBAHAN	IV
KATA PENGANTAR	V
ABSTRAK	VII
<i>ABSTRACT</i>	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR GAMBAR	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
BAB I	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
PENDAHULUAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
1.1 Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Manfaat Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kerangka Teori	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Teori Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
1.5.1.1 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	Error! Bookmark not defined.
1.5.2 Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
1.5.2.1 Dimensi Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
1.5.3 Periklanan	Error! Bookmark not defined.
1.5.3.1 Media Online	Error! Bookmark not defined.
1.5.3.2 Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
1.5.3.3 Fungsi Social Media Social	Error! Bookmark not defined.
1.5.3.4 YouTube	Error! Bookmark not defined.
1.5.3.5 Karakteristik YouTube	Error! Bookmark not defined.
1.5.3.6 Tujuan Periklanan	Error! Bookmark not defined.
1.5.3.7 Strategi Periklanan	Error! Bookmark not defined.
1.5.3.8 Efektifitas Iklan	Error! Bookmark not defined.
1.5.3.9 Dampak Iklan	Error! Bookmark not defined.
1.5.3.10 Pengukuran Pesan Periklanan	Error! Bookmark not defined.
1.5.4 Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
1.5.4.2 Tingkatan Loyalitas	Error! Bookmark not defined.

1.5.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	Error! Bookmark not defined.
1.5.4.4 Pengukuran loyalitas.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.4.5 Ciri-Ciri Konsumen yang Loyal.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.5 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
1.5.6 Pengaruh Periklanan terhadap Loyalitas Pelanggan ..	Error! Bookmark not defined.
1.5.7 Pengaruh Kualitas Produk dan Periklanan terhadap Loyalitas ..	Error! Bookmark not defined.
1.6 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
1.7 Definisi Konsep	Error! Bookmark not defined.
1.7.1 Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
1.7.2 Periklanan	Error! Bookmark not defined.
1.7.3 Loyalitas pelanggan	Error! Bookmark not defined.
1.8 Definisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
1.8.1 Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
1.8.2 Periklanan YouTube	Error! Bookmark not defined.
1.8.3 Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
1.9 Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.9.1 Tipe Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.9.2 Populasi & Sampel	Error! Bookmark not defined.
1.9.2.1 Populasi	Error! Bookmark not defined.
1.9.2.2 Sampel	Error! Bookmark not defined.
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
1.9.4 Jenis Data Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.9.5 Sumber Data Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.9.6 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
1.9.7 Skala Pengukuran	Error! Bookmark not defined.
1.9.8 Metode Pengolahan Data	Error! Bookmark not defined.
1.9.9 Teknik Analisis	Error! Bookmark not defined.
1.9.9.1 Analisis Data Kualitatif	Error! Bookmark not defined.
1.9.9.2 Analisis Data Kuantitatif.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
2.1 Profil Sejarah PT. Paragon Technology and Inovation	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Bidang Usaha PT Paragon Technology and Innovation	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Jenis Produk Wardah Kosmetik	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Chanel Iklan YouTube Wardah Kosmetik.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Profil Responden	Error! Bookmark not defined.

2.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
2.2.2	Responden Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
2.2.3	Waktu Pemakaian Produk Kosmetik Wardah	Error! Bookmark not defined.
2.2.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III		ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.1.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.1.2	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.2	Kualitas Produk Wardah Kosmetik	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Efek Samping Produk Wardah Kosmetik.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Packaging Ketahanan pada Produk Kemasan	Error! Bookmark not defined.
3.2.3	Variasi Produk	Error! Bookmark not defined.
3.2.4	Kesesuaian Manfaat Produk	Error! Bookmark not defined.
3.2.5	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
3.2.6	Kategorisasi Kualitas Produk Wardah Kosmetik	Error! Bookmark not defined.
3.3	Periklanan YouTube Wardah Kosmetik	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Bersifat Persuasif	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Artis Dalam Iklan YouTube	Error! Bookmark not defined.
3.3.3	Musik Dalam Iklan YouTube.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.4	Variasi Iklan YouTube	Error! Bookmark not defined.
3.3.5	Kejelasan Alur Iklan YouTube	Error! Bookmark not defined.
3.3.6	Informasi dalam Iklan YouTube	Error! Bookmark not defined.
3.3.7	Kejujuran dalam Iklan YouTube	Error! Bookmark not defined.
3.3.8	Kualitas Video Iklan YouTube	Error! Bookmark not defined.
3.3.9	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Periklanan YouTube	Error! Bookmark not defined.
3.3.10	Kategorisasi Periklanan YouTube Wardah Kosmetik	Error! Bookmark not defined.
3.4	LOYALITAS PELANGGAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.4.1	Konsumen Wardah Kosmetik Melakukan Pembelian Berulang-ulang.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Konsumen Wardah Kosmetik Tidak Terpengaruh Produk Sejenis ...	Error! Bookmark not defined.
3.4.3	Konsumen Akan Melakukan Word of Mouth Positif	Error! Bookmark not defined.
3.4.4	Kuantitas Konsumen dalam Pembelian Produk Wardah	Error! Bookmark not defined.
3.4.5	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.6	Kategorisasi Loyalitas Pelanggan Wardah Kosmetik.	Error! Bookmark not defined.

3.5	PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN WARDAH KOSMETIK	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.5.1	Koefisien Korelasi	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Koefisien Regresi Sederhana.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3	Uji t	Error! Bookmark not defined.
3.5.4	Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
3.6	PENGARUH PERIKLANAN YOUTUBE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.6.1	Koefisien Korelasi	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Koefisien Regresi	Error! Bookmark not defined.
3.6.3	Uji t	Error! Bookmark not defined.
3.6.4	Koefisien Determinasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.7	PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERIKLANAN YOUTUBE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN WARDAH KOSMETIK DI KOTA SEMARANG	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.7.1	Koefisien Korelasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.2	Koefisien Regresi Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.3	Uji F	Error! Bookmark not defined.
3.7.4	Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
3.8	PEMBAHASAN.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
	BAB IV PENUTUP	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
4.2	Saran	Error! Bookmark not defined.
	DAFTAR PUSTAKA	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
	LAMPIRAN 1 SURAT IZIN PENELITIAN .	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
	LAMPIRAN 2 KUESIONER	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
	LAMPIRAN 3 TABEL DATA IDENTITAS RESPONDEN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
	LAMPIRAN 4 VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUALITAS PRODUK (X1)	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
	LAMPIRAN 5 VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL PERIKLANAN YOUTUBE (X2)	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
	LAMPIRAN 6 VALIDITAS DAN RELIABILITAS VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN (Y1)	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
	LAMPIRAN 7 UJI REGRESI VARIABEL KUALITAS PRODUK (X1).....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
	LAMPIRAN 8 UJI REGRESI VARIABEL PERIKLANAN YOUTUBE (X2).....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

LAMPIRAN 9 UJI REGRESI LINIER BERGANDA **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

LAMPIRAN 10 TABEL R (SIG 5%) **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

LAMPIRAN 11 TABEL T (SIG 5%) **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

LAMPIRAN 12 TABEL F (SIG 5%)..... **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Market Share Wardah Kosmetik **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 2 Pertumbuhan Konter dan Persentase Wardah di Kota Semarang **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 3 Kerangka Hipotesis **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1. 4 Interpretasi Koefisien Korelasi **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 1 Pegelompokan Respoden Berdasarkan Usia **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Waktu Pemakaian Produk Wardah Kosmetik di Kota Semarang **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 3 Pekerjaan Responden **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Periklanan YouTube **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk, Periklanan YouTube dan Loyalitas Pelanggan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 5 Efek Samping Produk Wardah Kosmetik..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 6 Packaging Ketahanan Produk Wardah Kosmetik **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 7 Variasi Produk Wardah Kosmetik..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 8 Persepsi Manfaat yang Diberikan Wardah Kosmetik Sesuai..... **Error! Bookmark not defined.**

- Tabel 3. 9 Nilai Rerata Indikator Variabel Kualitas Produk Wardah Kosmetik **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 10 Kategori Interval **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 11 Distribusi Kategorisasi Kualitas Produk **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 12 Periklanan YouTube Bersifat Persuasif **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 13 Artis Dalam Iklan YouTube Wardah Kosmetik **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 14 Musik Dalam Iklan YouTube Wardah Kosmetik **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 15 Variasi Iklan YouTube Wardah Kosmetik ... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 16 Kejelasan Alur Cerita Iklan YouTube Wardah Kosmetik.... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 17 Informasi Dalam Iklan YouTube **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 18 Persepsi Kejujuran pada Iklan YouTube Wardah Kosmetik..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 19 Kejujuran pada Iklan YouTube Wardah Kosmetik..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 20 Nilai Rerata Indikator Variabel Periklanan YouTube Wardah Kosmetik **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 21 Kategori Variabel Kualitas Produk **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 22 Distribusi Kategorisasi Periklanan YouTube **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 23 Konsumen Wardah Kosmetik Melakukan Pembelian Berulang-ulang .. **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 24 Konsumen Wardah Kosmetik Tidak Terpengaruh Produk Sejenis **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 25 Konsumen Wardah Kosmetik Akan Melakukan Word Of Mouth **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 26 Kuantitas Konsumen dalam Pembelian Produk Wardah Kosmetik..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 27 Nilai Rerata Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan Wardah Kosmetik **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 28 Kategorisasi Variabel Loyalitas Pelanggan . **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 29 Distirbusi Frekuensi Loyalitas Pelanggan ... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 30 Koefisien Korelasi Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 31 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana antara Variabel Kualitas Produk (X_1) dengan Variabel Loyalitas Pelanggan (Y_1) **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 32 Koefisien Korelasi Periklanan YouTube terhadap Loyalitas Pelanggan . **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 33 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana antara Variabel Periklanan YouTube (X_2) dengan Variabel Loyalitas Pelanggan (Y_1) **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 34 Koefisien Korelasi Kualitas Produk dan Periklanan YouTube terhadap Loyalitas Pelanggan..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 35 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana antara Variabel Kualitas Produk (X_1) dan periklanan YouTube (X_2) terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y_1) .. **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 36 Uji F **Error! Bookmark not defined.**