

**PENGARUH HARGA PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
BEAUTY ADVISOR WARDAH COSMETICS TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
Studi Kasus Pelanggan Wardah Cosmetics di
Wardah Beauty House Bandung**

R. Annisa Novianti
rannisan.novianti@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh bisnis kosmetik yang semakin meningkat dan kompetitif dalam menawarkan berbagai jenis inovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen, salah satunya dengan mendirikan rumah kecantikan. Pada tahun 2017 di Bandung, Wardah mencoba menciptakan inovasi terbaru yaitu *Wardah Beauty House*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui berapa besar harga produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan karena terjadi penurunan penjualan pada Januari dan belum stabil di bulan – bulan berikutnya. Penelitian ini dilakukan metode survei dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Wardah Beauty House Bandung. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 83 orang. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis path dengan menggunakan bantuan alat pengolahan data software SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) harga berpengaruh pada kepuasan pelanggan sebesar 0,292. (2) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,213. (3) harga produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,928. (4) kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,540. Implikasi dari penelitian ini yaitu bahwa sebagian besar para pengguna kosmetik wardah akan mempertimbangkan harga produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggan.

Kata kunci: *Harga Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan*

***THE INFLUENCE OF PRODUCT PRICE AND SERVICE QUALITY
BEAUTY ADVISOR OF WARDAH COSMETICS TOWARDS
CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY
Case Study of Wardah Cosmetics Customers
at Bandung Wardah Beauty House***

R. Annisa Novianti
rannisan.novianti@gmail.com

ABSTRACT

This research was motivated by increased and competition of cosmetics business to offer a new innovation for compliance customer needs, to built a beauty house. On 2017 at Bandung, Wardah tried to create a new innovation called Wardah Beauty House. The purpose of this study was to learn how much products price and service quality affected the satisfaction to get customer loyalty because the trade in WBH decrease on January and had not stable next months. This research was conducted by survey method using primary data obtained through questionnaires. The population in this study were customer of Wardah Beauty House of Bandung. The number of samples taken in this study as many as 83 customers. Data were analyzed using the validity test, reliability test dan path analisis were performed using the SPSS software (Statistical Package for Social Science).

The results of this study indicate that : (1) value of the price had impact to customers satisfaction is 0,292. (2) value of sevice quality had impact to customers satisfaction is 0,213. (3) value of products price and service quality towards to customer loyalty by customer satisfactor are 0,928. (4) value of customer satisfaction had impact to customer loyalty is 0,540. The implication is that customer of wardah would consider about product's price, service quality, affected the satisfaction to get customer loyalty.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.