



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA  
MEDIN BEAUTY SKINCARE BALUNG JEMBER**  
(Studi kasus pada pelanggan Medin Beauty skincare Balung Jember)

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :  
**Miftahatus Salamah**  
**NIM 1410411323**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2020**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Miftahatus Salamah

NIM : 1410411323

Prodi : Manajemen S1

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa karya ilmiah ini berupa skripsi yang berjudul : ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA MEDIN BEAUTY SKINCARE BALUNG JEMBER adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan subansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah di ajukan pada manapun, serta bukan karya plagiat dan jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keasliannya, kesahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hokum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, Oktober 2020

Yang menyatakan,



Miftahatus Salamah

NIM.1410411323

PENGESAHAN

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

Skripsi berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Medin Beauty Skincare Balung Jember pada Pelanggan di Fakultas Ekonomi Ubreas

Bali  
Tanggal  
Tempat



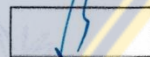
**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PADA MEDIN BEAUTY SKINCARE BALUNG JEMBER**  
(Studi kasus pada pelanggan Medin Beauty skincare Balung Jember)

Oleh:

**Miftahatus Salamah**  
NIM. 1410411323

**Pembimbing:**

**Dosen Pembimbing Utama : Bayu Wijyantini, SE, MM**



**Dosen Pembimbing kedua : Dr. Haris Hermawan, MM**



## PENGESAHAN


Skripsi berjudul: Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Medin Beauty Skincare Balung Jember telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 03 November 2020  
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

  
Tim penguji

Maheni Ika Sari, SE, MM  
NIP: 197708112005012001

Anggota 1,

  
Bayu Wijayantini, SE, MM  
NPK : 10 09 061

Anggota 2,

  
Dr. Haris Hermawan, MM  
NPK : 15 03 640

## MENGESAHKAN

  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
Maheni Ika Sari, SE, MM  
NIP: 197708112005012001

Ketua Jurusan

  
Dr. Haris Hermawan, MM  
NPK: 15 03 640

## **MOTTO**

**Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat  
(Terjemahan Q.S. Al-mujadalah:11)**

**Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.  
(Terjemahan Q.S. Asy-Syarah:5-6)**

**Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka ia berada di jalan Allah hingga ia pulang. (HR. Turmudzi)**

**Siapa yang menghendaki kebahagiaan hidup dunia, harus dengan ilmu, dan siapa menghendaki kebahagiaan akhirat harus dengan ilmu dan barang siapa yang menghendaki kebahagiaan dunia dan akhirat juga harus dengan ilmu.  
(HR. Tabrani)**



## PERSEMBAHAN

Berkat dan hidayah dari Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang, skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua abi (H. Achmad Shonhaji) , almarhumah umi (Hj. Rofiqoh) dan ibu (Hoyita) yang selalu suport saya dalam memberikan semangat, doa dan kasih sayang.
2. Keluarga yang selalu memberikan dukungan.
3. Terkasih Mas Fakhru Rozi yang selalu menyemangatiku.
4. Kedua dosen pembimbing Ibu Bayu Wijyantini SE, MM selaku dosen pembimbing utama dan Bapak Dr.Haris Hermawan, MM selaku dosen pembimbing kedua yang sudah membimbing saya dengan teliti dan sabar, terima kasih.
5. Teman-teman terbaikku Feli Wijayani, Wildatus Sholihah, Yeni Hendriliyani, Siti Marwah, Mayvidar Rahma, Cahya Ulal, Retnaning terima kasih buat kerja samanya selama beberapa tahun ini.
6. Seluruh teman-temanku prodi menejemen angkatan 2014 khususnya teman-temanku kelas G Menejemen dan kelas I Manajemen angkatan 2014 yang selalu memberikan motivasi kalian terbaik.
7. Almamater yang selalu aku banggakan Universitas Muhammadiyah Jember.

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Medin Beauty Skincare Balung Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* terhadap loyalitas pelanggan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuisisioner dan wawancara terhadap 100 responden dengan teknik *Purposive Sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen penelitian (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas) dan uji hipotesis (uji t dan koefisien determinasi). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* , loyalitas pelanggan.

## **ABSTRACT**

*This research is conducted to customer in Medin Beauty Skincare Balung Jember. The aim from this research is to know the effect from Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy for customer loyalty. Data collection techniques used observations, questionnaire, and interview to 100 respondents with purposive sampling technique, this is doing to know the perceptions from respondents about each variabel. The analysis used included the test of the research instrument (test of validity and reliability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (multicollinearity, heteroscedasticity test and normality test) and hypothesis test (t test and coefficient of determination). The results of this study prove that the Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy have a significant impact on customer loyalty*

*Key word :Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy , loyalty customer loyalty*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir/skripsi ini dengan baik.

Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi akhir jaman Muhammad SAW, sehingga penulis mampu mendapatkan hidayah dari Allah SWT dengan adanya Iman dan Islam.

Penulis sangat menyadari akan kekurangan dalam menyusun skripsi ini dan untuk itulah, penulis dengan senang hati menerima kritikan serta saran yang berguna bagi perbaikan skripsi ini selanjutnya. Penulis juga menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan segala pihak, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terimakasih yang tulus kepada :

- a. Maheni Ika Sari SE, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Dr.Haris Hermawan, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Bayu Wijayantini SE, MM. selaku dosen pembimbing I dan Dr.Haris Hermawan, MM. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Dr.Nurul Qomariah,MM. selaku dosen penguji seminar proposal yang bersedia memberikan saran dan bimbingan demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Maheni Ika Sari SE, MM. selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- f. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah

memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.

- g. Pihak Medin Beauty Skincare Balung yang telah memberikan ijin dan karyawan – karyawan yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian.
- h. Orang tua tercinta untuk semua dukungan, doa, semangat dan kasih sayang yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- i. Semua saudara-saudaraku tercinta dan segenap keluarga lainnya, yang senantiasa tulus dan ikhlas membantu dan memberikan motivasi demi kesuksesan studi peneliti.
- j. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2014 dan seluruh sahabat-sahabatku terimakasih atas bantuan, dukungan semangat dan kerjasamanya dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
- k. Semua pihak yang tiak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan dapat menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berhadap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.

**Jember, Oktober 2020**

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	10
2.1.2 Kualitas Layanan .....	10
2.1.3 Loyalitas Pelanggan .....	13
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Konseptual.....	19
2.4 Hipotesis .....	20
2.4.1 Pengaruh <i>Tangibles</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	20
2.4.2 Pengaruh <i>Reliability</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	20
2.4.3 Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	21
2.4.4 Pengaruh <i>Assurance</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	22
2.4.5 Pengaruh <i>Emphaty</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	23
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	<b>24</b>
3.1 Identifikasi Variabel .....	24
3.2 Definisi Operasional Variabel .....	24
3.3 Jenis Data.....	26
3.4 Sumber Data .....	26

3.5 Populasi dan Sampel.....	27
3.5.1 Populasi .....	27
3.5.2 Sampel .....	27
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.7 Teknik Analisis Data .....	28
3.7.1 Statistik Deskriptif.....	28
3.7.2 Uji Instrumen Data .....	28
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	30
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	31
3.7.5 Uji Hipotesis .....	31
3.7.6 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	32
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Medin Beauty Skincare	33
4.1.2 Visi dan Misi Medin Beauty Skincare .....	34
4.2 Karakteristik Responden.....	34
4.3 Hasil Analisis Data .....	35
4.3.1 Deskriptif Variabel Penelitian .....	35
4.3.2 Uji Instrumen Data .....	39
4.3.2.1 Uji Validitas.....	39
4.3.2.2 Uji Reliabilitas .....	40
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	40
4.3.3.1 Uji Multikolinearitas.....	40
4.3.3.2 Uji Heteroskedastisitas .....	41
4.3.3.3 Uji Normalitas .....	42
4.3.4 Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda.....	43
4.3.5 Pengujian Hipotesis .....	45
4.3.5.1 Uji T.....	45
4.3.5.2 Uji F.....	48
4.3.5.3 Koefisien Determinasi .....	48
4.4 Pembahasan .....	48
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>53</b>
5.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Saran .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pelanggan Medin Beauty Skincare Jember .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	35
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Tangible</i> .....	36
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Reliability</i> .....	36
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Responsiveness</i> .....	37
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Assurance</i> .....	37
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>empathy</i> .....	38
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan .....	38
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas.....	39
Tabel 4.10 Pengujian Reliabilitas .....	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	41
Tabel 4.12 Hasil Estimasi regresi.....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Secara Parsial.....	45
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Secara Simultan.....	48
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi.....	49



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas.....	42
Gambar 4.2 Uji Normalitas.....	43



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pengantar Kuisisioner
- Lampiran 2 : Frekuensi Pernyataan Responden
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis

