

**ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DENGAN
LOYALITAS PELANGGAN BEDAK WARDAH LIGHTENING
TWO WAY CAKE (SURVEI DI UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA)**

**NINDI RACHMAYANTI
8223136603**



**Karya Ilmiah ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
JAKARTA
2016**

***ANALYSIS THE RELATIONSHIP OF THE PRODUCT QUALITY
WITH CUSTOMER LOYALTY WARDAH LIGHTENING TWO
WAY CAKE COMPACT POWDER (SURVEYS AT UNIVERSITAS
NEGERI JAKARTA)***

**NINDI RACHMAYANTI
8223136603**



*The Scientific Paper Report was Written to Fulfill One of The Requirements to
Get Expert Associate Degree Faculty of Economics on State University of
Jakarta.*

***STUDY PROGRAM OF DIII MARKETING MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016***

ABSTRAK

NINDI RACHMAYANTI. 2013. 8223136603. **“Analisis Hubungan Kualitas Produk Dengan Loyalitas Pelanggan Bedak Wardah Lightening Two Way Cake (Survei di Universitas Negeri Jakarta)”**. Program Studi DIII Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk dari bedak Wardah Lightening Two Way Cake dan loyalitas pelanggan bedak Wardah Lightening Two Way Cake (survei di Universitas Negeri Jakarta). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan pengumpulan data melalui studi pustaka, dan kuesioner pengguna bedak Wardah Lightening Two Way Cake di Universitas Negeri Jakarta.

Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa kualitas produk bedak Wardah Lightening Two Way Cake sudah baik. Hal tersebut dapat diukur dari kinerja produk tersebut, fitur yang dimiliki, kehandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, estetika dan kesan kualitas dari produk tersebut mendapatkan respon baik. Tetapi bedak tersebut masih memiliki kelemahan pada ketahanannya, yaitu bedaknya tidak tahan lama atau mudah luntur. Kualitas produk bedak Wardah lightening Two Way Cake memiliki nilai korelasi yang positif dan sedang dengan loyalitas pelanggan, jadi apabila kualitas produk baik, maka loyalitas pelanggan akan meningkat.

Kata Kunci: kualitas produk dan loyalitas pelanggan

ABSTRACT

NINDI RACHMAYANTI. 2013. 8223136603. *Analysis The Relationship Of The Product Quality With Customer Loyalty Wardah Lightening Two Way Cake Compact Powder (Surveys At Universitas Negeri Jakarta)*. Study Program DIII Marketing, Department of Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.

This scientific work aims to find out the product quality from Wardah Lightening Two Way Cake and customer loyalty Wardah Lightening Two Way Cake Compact Powder. The method in this research is descriptive analysis by collecting data from library and questionnaire the powder Wardah Lightening Two Way Cake user.

From the result research, it can be seen that the quality of the product Wardah Lightening Two Way Cake compact powder is good. This can be measured by the performance of these products, the features, reliability, conformace, aesthetic and perceived quality of the product get a good respon. But the powder is still weak in durability, the powder is not durable or easily fade. The product quality Wardah lightening Two Way Cake compact powder has a correlation value of positive and moderate with the customer loyalty, so if the quality of the product is good, then customer loyalty will increase.

Key word : product quality, customer loyalty

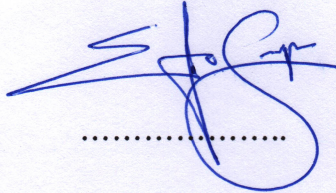
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing,

Tanda Tangan

Tanggal

M. Edo S. Siregar, SE, M.BA
NIP. 197201252002121002

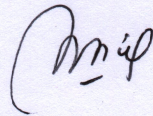


.....

20/6

.....

Jakarta, 21 Juni 2016
Ketua Program Studi
DIII Manajemen Pemasaran



Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 195702211985302002

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi - Universitas Negeri Jakarta

Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP. 196712071992031001

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Ketua Penguji

Dra. Umi Mardiyati, M.Si

NIP. 195702211985302002

18/07¹⁶

Penguji Ahli

Agung Kresnamurti Rivai P,MM

NIP. 197404162006041001

18/07¹⁶

Dosen Pembimbing

M. Edo S. Siregar, SE, M.BA

NIP. 197201252002121002

18/07¹⁶

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah S.W.T, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini sebagai salah satu syarat kelulusan untuk Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari dalam penyusunan Karya Ilmiah ini semata-mata bukan hanya dari kerja keras Penulis sendiri, dukungan dari berbagai pihak khususnya dari para pembimbing yang telah membantu dalam penyelesaian Karya Ilmiah ini. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. M. Edo S. Siregar, SE.M.BA., selaku Dosen Pembimbing.
2. Dr. Dedi Purwana, ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Umi Mardiyati, M.Si selaku Kaprodi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Kedua orang tua yang telah memberikan nasihat, bimbingan, dukungan, serta doanya kepada penulis.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan dan nasihat yang membangun kepada penulis.
6. Teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan, doa dan nasihat kepada penulis.

Penulis berharap Karya Ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi para mahasiswa UNJ yang kelak akan menyusun Karya Ilmiah serupa. Meskipun Penulis menyadari Karya Ilmiah ini masih jauh dari sempurna, sehingga Penulis berharap mendapatkan koreksi dari semua pihak. Demikian semoga Karya Ilmiah ini dapat bermanfaat terutama untuk penulis sendiri dan bagi pembaca pada umumnya.

Jakarta, Juli 2016

Penulis