

ABSTRAK

Aqmari Zhafarina Kamal : Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Kota Bandung

Persaingan antar industri kosmetik semakin kompetitif terbukti dengan hadirnya kosmetik dari dalam dan luar negeri. Perusahaan harus berusaha agar produknya selalu diminati konsumen dan mempertahankan konsumen agar tetap loyal dengan produknya. Perusahaan juga perlu meningkatkan kualitasnya dan mengembangkan produknya dengan inovatif agar mampu bersaing dengan para kompetitor.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh desain produk terhadap loyalitas konsumen produk kosmetik wardah secara parsial, (2) pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen produk kosmetik wardah secara parsial, (3) pengaruh desain produk dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen produk kosmetik wardah secara simultan.

Loyalitas konsumen merupakan salah satu syarat menuju kesuksesan sebuah perusahaan. Pelanggan loyal merupakan wujud dari pelanggan yang puas akan sebuah produk atau jasa yang diberikan perusahaan. Produk yang dipasarkan merupakan senjata yang sangat bagus dalam memenangkan persaingan apabila memiliki mutu atau kualitas yang tinggi. Desain produk yang sesuai dengan keinginan konsumen juga memberikan nilai tambah dimata konsumen sehingga membuat mereka puas dan loyal terhadap produk tersebut.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksplanatori (*explanatory research*) dengan pendekatan analisa kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer yang didapat dari hasil responden konsumen produk kosmetik wardah di kota Bandung. Adapun metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis asosiatif (analisis regresi linear berganda, analisis korelasi berganda dan koefisien determinasi) dan analisis uji hipotesis (uji t dan uji F).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) uji statistik yang dilakukan desain produk terhadap loyalitas konsumen menunjukkan hasil uji t dengan nilai thitung > t tabel (3,667 > 1,985) dengan taraf signifikansi (0,000 < 0,05) 2) uji statistik yang dilakukan pada kualitas produk terhadap loyalitas konsumen menunjukkan hasil uji (parsial) dengan nilai thitung > ttabel (3,184 > 1,985) dengan taraf signifikansi (0,002 < 0,5), 3) uji statistik yang dilakukan desain produk dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen hasil menunjukkan hasil uji F, F hitung > F tabel (59,421 > 3,090) dan taraf signifikansi 0,000 < 0,05 secara simultan desain produk dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Dan hasil koefisien determinasi menunjukkan R ssebesar 55,1 %, berarti pengaruh yang diberikan tinggi sesuai dengan tabel pedoman interpretasi koefisienn determinasi, sisanya sebesar 44,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : *Desain Produk, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen*

ABSTRACT

Aqmari Zhafarina Kamal : The Effect of Product Design and Product Quality on Consumer Loyalty of Wardah Cosmetics Products in Bandung City

The competition between the cosmetics industry is getting more competitive as evidenced by the presence of cosmetics from within and outside the country. Companies must try to keep their products in demand by consumers and keep consumers loyal to their products. Companies also need to improve their quality and develop their products innovatively in order to be able to compete with competitors.

This study aims to determine: (1) the effect of product design on consumer loyalty of Wardah cosmetic products partially, (2) the effect of product quality on consumer loyalty of Wardah cosmetic products partially, (3) the effect of product design and product quality on consumer loyalty of cosmetic products. wardah simultaneously.

Customer loyalty is one of the conditions for the success of a company. Loyal customers are a form of customers who are satisfied with a product or service provided by the company. The product being marketed is a very good weapon in winning the competition if it has high quality or quality. Product design in accordance with consumer desires also provides added value in the eyes of consumers so as to make them satisfied and loyal to the product.

The research method used in this research is an explanatory research method with a quantitative analysis approach. The data used are primary data obtained from the respondents who are consumers of Wardah cosmetic products in Bandung. The data analysis method used in this research is descriptive analysis, associative analysis (multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis and coefficient of determination) and hypothesis testing analysis (t test and F test).

The results of this study indicate that: 1) the statistical test carried out by product design on consumer loyalty shows the results of the t test with a value of $t_{count} > t_{table}$ ($3,667 > 1,985$) with a significance level ($0,000 < 0,05$) 2) a statistical test conducted on quality product towards consumer loyalty shows the test results (partial) with the value of $t_{count} > t_{table}$ ($3,184 > 1,985$) with a significance level ($0,002 < 0,5$), 3) statistical tests carried out by product design and product quality on consumer loyalty show the results of the F test , $F_{count} > F_{table}$ ($59,421 > 3,090$) and a significance level of $0,000 < 0,05$, simultaneously product design and product quality have a positive effect on consumer loyalty. And the results of the coefficient of determination show R^2 of 55.1%, meaning that the influence given is high in accordance with the guideline table for interpretation of the coefficient of determination, the remaining 44.9% is influenced by other variables.

Keywords: *Product Design, Product Quality, Consumer Loyalty*