

**PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, HARGA, PROMOSI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
USAHA JASA *MAKE UP* *SAPNA***

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana S1
Program Studi Manajemen



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH LAMONGAN**

2025

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”.

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

“Hatiku tenang mengetahui apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takfirku, dan apa yang ditakdirkan untukmu tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar bin Khattab)

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(QS. Ar-Ruum : 60)



INTISARI

Industri jasa kecantikan tumbuh pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan perawatan diri. Persaingan antar penyedia layanan semakin ketat, sehingga memahami faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan menjadi penting. Kepuasan pelanggan berperan dalam meningkatkan loyalitas dan membangun reputasi positif. Oleh karena itu, perusahaan harus terus mengembangkan layanan agar tetap kompetitif di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Jasa Make Up Sapna. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa di Make Up Sapna. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 86 responden yang dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling. Alat analisis yang digunakan adalah *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 26. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan di peroleh hasil bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kepercayaan Pelanggan, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

The beauty service industry grew rapidly alongside the increasing public awareness of self-care. Competition among service providers became increasingly intense, making it important to understand the factors that influenced customer satisfaction. Customer satisfaction played a role in enhancing loyalty and building a positive reputation. Therefore, companies continuously developed their services to remain competitive in the market. This study aimed to analyze the influence of Customer Trust, Price, Promotion, and Service Quality on Customer Satisfaction at Make Up Sapna beauty service business. The subjects of this study were customers who had used the services of Make Up Sapna. The sample in this study consisted of 86 respondents selected using purposive sampling. The analysis tool used was Statistical Product and Service Solutions (SPSS) version 26. Based on the analysis conducted, the results showed that customer trust had a significant effect on customer satisfaction, price had a significant effect on customer satisfaction, promotion had a significant effect on customer satisfaction, and service quality had a significant effect on customer satisfaction.

Keywords : *Customer Trust, Price, Promotion, Service Quality and Customer Satisfaction*



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Jasa *Make Up* Sapna”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Lamongan. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi kepuasan pelanggan dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. A. Aziz Alimul Hidayat, S.Kep., Ns., M.Kes Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Lamongan.
2. Bapak Suyitno, S.E., M.M Selaku Dekan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Lamongan.
3. Ibu Dr. Yulie Wahyuningsih, S.E., M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Lamongan.
4. Bapak Adi Lukman Hakim, S.E., M.M Selaku Pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Lamongan.

5. Ibu Jennifer Farihatul Bait, S.E., M.B.A Selaku Dosen Penguji yang sudah membantu memberikan kritik dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Erna Nur Faizah, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing satu yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Mega Barokatul Fajri, S.E., M.B.A., CSA Selaku Dosen Pembimbing dua yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
8. Seluruh jajaran Dosen atau tenaga pendidik Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, khususnya Bapak Ibu Dosen Manajemen yang telah menyalurkan ilmu pengetahuan dan wawasan kepada mahasiswanya.
9. Bapak, Ibu dan saudara-saudara penulis yang sudah menjadi alasan di balik setiap langkah yang berhasil. Terimakasih atas cinta, kasih sayang, doa dan dukungan yang tak pernah henti. Kehadiran kalian menjadi alasan penulis untuk terus maju, bahkan di saat tersulit sekalipun. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan diberikan kemudahan menuju kebahagiaan di dunia dan di akhirat.
10. Make Up Sapna, terimakasih atas kesediaannya menjadi objek dalam penelitian ini serta telah membuka pintu kesempatan, memberikan ruang, serta mendukung penuh kelancaran penelitian ini.
11. Teman-teman seperjuangan Elisa, Dilla, Nia, Nanda, Riza, Andin dan Uswah, terima kasih atas tawa, pelukan, dan kehadiran yang selalu

menenangkan. Terima kasih telah menjadi ruang aman tempat keluh kesah diterima, kesalahan dimaklumi, dan setiap keberhasilan dirayakan bersama.

12. Kepada orang-orang yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun kehadiran dan kontribusinya begitu berarti. Terimakasih untuk setiap bantuan, sandaran, dan doa yang tulus. Kebaikan kalian sekecil apa pun bentuknya, telah menjadi kekuatan saat semangat penulis mulai goyah.

13. Seluruh teman-teman manajemen 2021 terimakasih atas kebersamaan, dukungan, semangat serta cerita yang telah kita ukir bersama selama masa perkuliahan ini.

14. Seluruh responden dalam penelitian ini, terimakasih atas kesediaan, keikhlasan, dan kerja sama yang diberikan selama proses pengumpulan data berlangsung, semoga dibalas dengan keberkahan dan kebaikan yang berlimpah.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

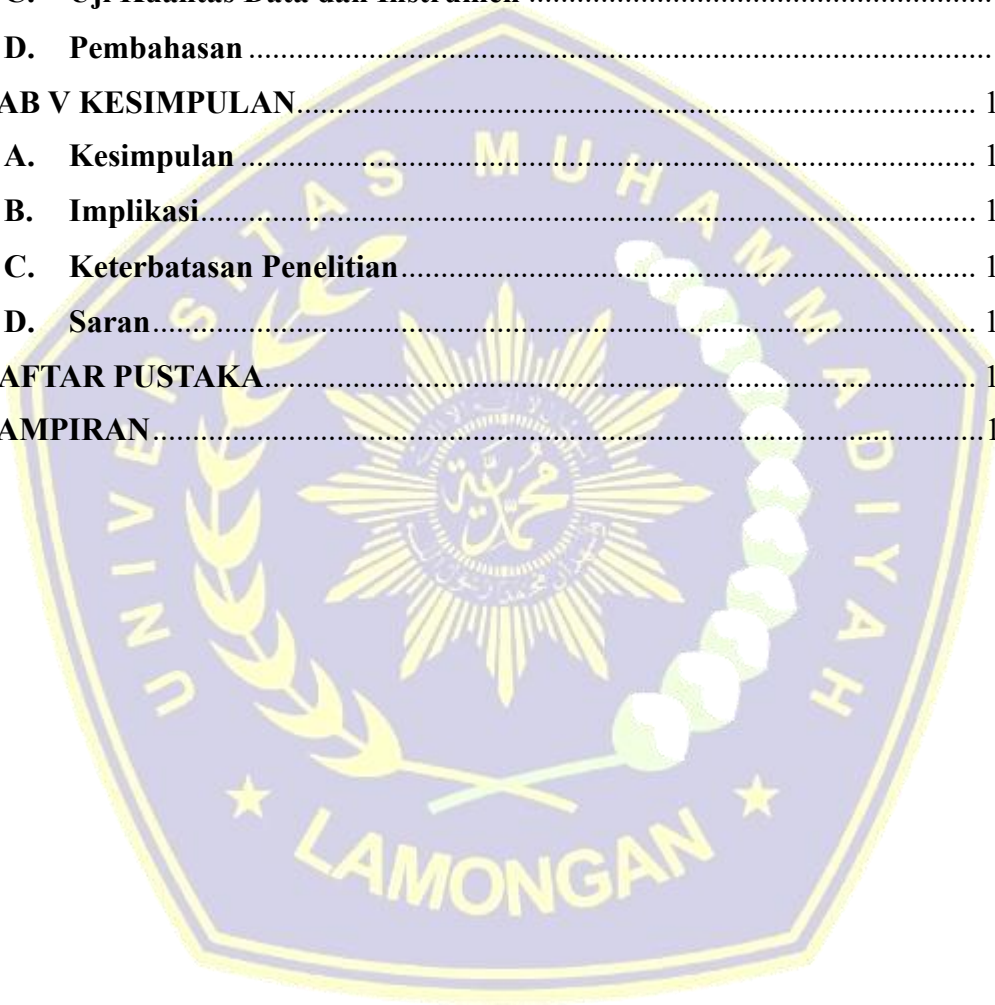
Lamongan, 9 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KARYA ILMIAH.....	iv
MOTTO	v
INTISARI	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Penelitian Terdahulu	16
B. <i>Grand Theory (Expectancy Disconfirmation Theory)</i>	28
C. Landasan Teori	30
D. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	40
E. Kerangka Konseptual Penelitian	46
F. Hipotesis Penelitian	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Desain Penelitian	49
B. Populasi dan Sampel	49
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	51
D. Jenis Data	52
E. Instrumen Penelitian.....	52

F. Teknik Pengumpulan Data	55
G. Definisi Operasional Variabel	56
H. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
A. Gambaran Umum	66
B. Deskripsi Data	67
C. Uji Kualitas Data dan Instrumen	75
D. Pembahasan	87
BAB V KESIMPULAN.....	103
A. Kesimpulan	103
B. Implikasi.....	104
C. Keterbatasan Penelitian.....	105
D. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN.....	113



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	53
Tabel 3.2 Skala Likert.....	56
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	57
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan	69
Tabel 4.4 Data Kuisioner Responden Variabel Kepercayaan Pelanggan.....	71
Tabel 4.5 Data Kuisioner Responden Variabel Harga	72
Tabel 4.6 Data Kuisioner Responden Variabel Promosi.....	72
Tabel 4.7 Data Kuisioner Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	73
Tabel 4.8 Data Kuisioner Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	74
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	76
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 4.11 Uji Kolmogorov	78
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	80
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas	82
Tabel 4.14 Uji Autokolerasi	83
Tabel 4.15 Uji Koefisiensi Determinasi	84
Tabel 4.16 Uji t.....	85

DAFTAR GAMBAR

Grafik 1.1 Perkembangan Industri Kecantikan di Indonesia	2
Grafik 1.2 Jumlah Pelanggan Make Up Sapna.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	47
Gambar 4.1 P Plot	79
Gambar 4.2 Uji Scatterplot	81



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Item Pertanyaan Kuisioner.....	113
Lampiran 2. Lembar R Tabel	116
Lampiran 3. Lembar t tabel.....	117
Lampiran 4. Lembar Durbin Watson	118
Lampiran 5. Tabulasi Data Jawaban Responden	119
Lampiran 6. Hasil Uji Instrumen	129
Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	133
Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	136
Lampiran 9. Surat Permohonan Ijin Melakukan Penelitian	137
Lampiran 10. Turnitin Plagiarisme	138

