ABSTRAK

PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN NILAI YANG DIPERSEPSIKAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA DAMPAK PADA LOYALITAS KONSUMEN WARDAH KOSMETIK

Oleh

Rifa Ira Safrida

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari variabel pengetahuan produk, kualitas produk, dan nilai yang dipersepsikan terhadap kepuasan konsumen serta dampak pada loyalitas konsumen Wardah Kosmetik pada Mahasiswa Universitas Lampung. Penelitian ini menggunakan lima variabel yaitu pengetahuan produk (X1), kualitas produk (X2), nilai yang dipersepsikan (X3), kepuasan konsumen (Y), loyalitas konsumen (Z). Setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis, data dikumpulkan melalui metode kuesioner yang disebarkan kepada 97 orang responden di Universitas Lampung yang menggunakan produk kecantikan merek Wardah Kosmetik dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sedangkan analisis dilakukan dengan pengolahan data menggunakan *SmartPLS 2.0.M3* yang dijalankan dengan media komputer.
Penelitian ini menggunakan teknik pengolahan data dengan model pengukuran *(outer model)* dan model analisis persamaan struktural *(inner model)* serta pengujian hipotesis. Lima hipotesis hasil penelitian ini menunjukan bahwa nilai pengetahuan produk, kualitas produk, nilai yang dipersepsikan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Terdapat variabel yang tidak signifikan antara pengetahuan produk terhadap loyalitas konsumen dikarekan konsumen loyal tidak harus mengetahui tentang pengetahuan produk tersebut. Dengan demikian, Perusahaan diharapkan mampu menjaga dan meningkatkan pengetahuan produk, kualitas produk, nilai yang dipersepsikan, dan kepuasan konsumen yang mampu mambangun loyalitas konsumen.

Kata Kunci : pengetahuan produk, kualitas produk, nilai yang dipersepsikan, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.