

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Perbedaan antara Harapan dan Persepsi terhadap Kualitas Produk Kosmetik Wardah pada Konsumen Shopee di Kota Blitar” ini ditulis oleh Silvie Annisa Zulfaidatul Chusna, NIM 126405212154 dengan pembimbing Dr. Rokhmat Subagiyo, M.E.I.

Kata Kunci: Harapan, Persepsi, Kualitas Produk, Wardah, Shopee

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya aktivitas pembelian produk kosmetik secara daring, yang menuntut perusahaan untuk menjaga kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen. Shopee sebagai platform e-commerce turut berperan dalam membentuk persepsi dan harapan terhadap produk yang dijual. Wardah sebagai merek kosmetik halal dan lokal yang cukup dominan di pasar online menjadi perhatian, khususnya dalam memastikan kualitas produknya tetap konsisten dengan ekspektasi konsumen. Perbedaan antara harapan dan persepsi konsumen menjadi penting untuk menjaga loyalitas pelanggan dan membangun citra merek yang positif.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat perbedaan antara harapan (X1) dan persepsi (X2) terhadap kualitas produk kosmetik Wardah yang dibeli melalui Shopee di Kota Blitar. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana konsumen memandang atribut-atribut kualitas produk sebelum pembelian dan bagaimana mereka mengevaluasi produk setelah digunakan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian komparatif. Sampel sebanyak 350 responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dan dianalisis menggunakan SPSS versi 25. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, dan uji *Paired Sample t-Test*.

Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan secara statistik antara harapan dan persepsi konsumen terhadap seluruh indikator kualitas produk, dengan tingkat signifikansi $< 0,05$. Dimensi yang dinilai meliputi kinerja, fitur, keandalan, perbedaan spesifikasi, daya tahan, dan estetika. Meskipun terdapat sedikit kesenjangan pada aspek keandalan dan daya tahan, secara umum persepsi konsumen mendekati harapan awal mereka. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas produk Wardah di Shopee telah sesuai dengan harapan konsumen, yang berdampak pada penguatan kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap merek.

ABSTRACT

The thesis entitled “*Analysis of the Differences between Expectations and Perceptions of Wardah Cosmetic Product Quality among Shopee Consumers in Blitar City*” was written by Silvie Annisa Zulfaidatul Chusna, Student ID Number 126405212154, was written by Silvie Annisa Zulfaidatul Chusna, Student Identification Number 126405212154, and advised of Dr. Rokhmat Subagiyo, M.E.I.

Keywords: Expectation, Perception, Product Quality, Wardah, Shopee

This research is motivated by the increasing trend of purchasing cosmetic products through e-commerce platforms, which requires companies to maintain product quality in line with consumer expectations. Shopee, as one of the most widely used e-commerce platforms, plays a significant role in shaping both consumer perceptions and expectations of products. Wardah, a halal-certified and locally renowned cosmetic brand, has become a leading choice in online markets. Therefore, ensuring the conformity between expected and perceived product quality is essential to sustaining customer loyalty and strengthening brand image.

The purpose of this study is to examine the level of conformity between consumer expectations and perceptions of the quality of Wardah cosmetic products purchased through Shopee in Blitar City. The research focuses on how consumers form expectations before purchasing and how they evaluate the quality of the product after usage.

This study applies a quantitative approach with a comparative research method. The sample consists of 350 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using SPSS version 25. The data analysis techniques include validity testing, reliability testing, normality testing, and the Paired Sample t-Test.

The findings indicate a statistically significant level of conformity between consumer expectations and perceptions across all product quality indicators, with a significance level of $p < 0.05$. The assessed dimensions include performance, features, reliability, conformance to specifications, durability, and aesthetics. Although minor gaps were found in reliability and durability, consumers' perceptions generally aligned with their initial expectations. These results confirm that Wardah's product quality on Shopee meets consumer expectations and contributes to greater satisfaction and trust toward the brand.