

**Analisis Peran Fitur Wardah *Virtual Try-On* dalam
Meningkatkan Kepuasan Konsumen: Studi Kasus di Toserba
Yogya Pondok Bambu**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



Dhiyaa Fathiyyah Rahmah

1211711008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Dhiyaa Fathiyyah Rahmah

NIM : 1211711008

Tanda Tangan : 

Tanggal : 2 September 2025

LEMBAR PENGESAHAN

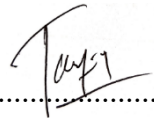
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dhiyaa Fathiyyah Rahmah
NIM : 1211711008
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : Analisis Peran Fitur Wardah *Virtual Try-On* dalam
Meningkatkan Kepuasan Konsumen: Studi Kasus di
Toserba Yogya Pondok Bambu

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PEMBAHAS

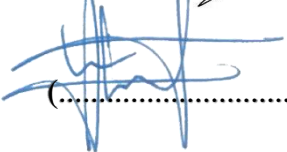
Pembimbing : Prof. M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D.

()

Penguji I: Holila Hatta, S.Pd.,MM

()

Penguji II: Arief Bimantoro Suharko, Ph.D

()

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 2 September 2025

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan Rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Bapak Prof. M. Taufiq Amir, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- 2) Bapak Arief Bimantoro Suharko, Ph.D. dan Ibu Holila Hatta, S.Pd.,MM., selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberi masukan dalam penulisan skripsi ini;
- 3) Pihak Toserba Yogya Pondok Bambu dan Wardah yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
- 4) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral;
- 5) Aqmal Idris Zarkasih yang selalu dan banyak membantu, menemani, memberi semangat, motivasi dan dukungan dalam hidup saya, dalam penulisan tugas akhir ini dan dalam hal apapun; dan
- 6) Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu terimakasih atas do'a serta dukungan yang sangat berharga bagi penulis.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 2 September 2025

Dhiyaa Fathiyyah Rahmah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dhiyaa Fathiyyah Rahmah
NIM : 1211711008
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Peran Fitur Wardah *Virtual Try-On* dalam Meningkatkan

Kepuasan Konsumen: Studi Kasus di Toserba Yogya Pondok Bambu”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: 2 September 2025

Yang Menyatakan



Dhiyaa Fathiyyah Rahmah

NIM: 1211711008

ANALISIS PERAN FITUR WARDAH VIRTUAL TRY-ON DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN: STUDI KASUS DI TOSERBA YOGYA PONDOK BAMBU

Dhiyaa Fathiyyah Rahmah

ABSTRAK

Teknologi *Augmented Reality* (AR) semakin banyak digunakan di industri kosmetik, salah satunya melalui fitur *Virtual Try-On* yang memungkinkan konsumen mencoba produk secara virtual sebelum membeli. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran fitur Wardah *Virtual Try-On* dalam meningkatkan kepuasan konsumen, dengan mengacu pada model *Expectation Confirmation Theory* (ECT) yang mencakup empat variabel utama: ekspektasi konsumen, kinerja yang dirasakan, konfirmasi ekspektasi, dan kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner kepada 50 responden yang pernah menggunakan fitur Wardah *Virtual Try-On* di Toserba Yogya Pondok Bambu. Pengumpulan data dilakukan secara langsung (*luring*) di area kosmetik toko dengan bantuan *Beauty Advisor* (BA), dan secara daring melalui tautan kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk diisi secara mandiri. Data dianalisis menggunakan Analisis Statistik Deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Konfirmasi ekspektasi menjadi variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan, yang mengindikasikan bahwa kesesuaian antara harapan awal dan pengalaman aktual memainkan peran kunci dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa fitur Wardah *Virtual Try-On* tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu visual, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan kualitas pengalaman belanja konsumen secara langsung di toko. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengembangan teknologi serupa di sektor kosmetik serta bahan evaluasi bagi Wardah dalam meningkatkan strategi digital marketing-nya.

Kata Kunci: *Augmented Reality*, *Virtual Try-On*, Kepuasan Konsumen, Ekspektasi, *Expectation Confirmation Theory*.

**ANALYSIS OF THE ROLE OF WARDAH VIRTUAL TRY-ON FEATURE IN
IMPROVING CONSUMER SATISFACTION: A CASE STUDY AT TOSERBA
YOGYA PONDOK BAMBU**

Dhiyaa Fathiyyah Rahmah

ABSTRACT

Augmented Reality (AR) technology is increasingly being used in the cosmetics industry, one of which is through the Virtual Try-On feature which allows consumers to virtually try products before purchasing. This study aims to analyze the role of the Wardah Virtual Try-On feature in increasing consumer satisfaction, using the Expectation Confirmation Theory (ECT) model, which encompasses four main variables: consumer expectations, perceived performance, expectation confirmation, and consumer satisfaction.

This study used a quantitative approach with a survey method through a questionnaire to 50 respondents who had used the Wardah Virtual Try-On feature at Yogya Pondok Bambu Department Store. Data collection was conducted in-person (offline) in the store's cosmetics area with the assistance of a Beauty Advisor (BA), and online through a questionnaire link distributed to respondents for independent completion. Data were analyzed using Descriptive Statistics Analysis. The results showed that all three independent variables had a positive and significant effect on consumer satisfaction. Expectation confirmation was the most dominant variable influencing satisfaction, indicating that the match between initial expectations and actual experiences plays a key role in increasing consumer satisfaction.

From this study, it can be concluded that the Wardah Virtual Try-On feature not only functions as a visual aid but also contributes significantly to increasing consumer satisfaction and the quality of the in-store shopping experience. This research is expected to serve as a reference for the development of similar technology in the cosmetics sector as well as evaluation material for Wardah in improving its digital marketing strategy.

Keywords: *Augmented Reality, Virtual Try-On, Consumer Satisfaction, Expectations, Expectation Confirmation Theory.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
<i>1.1 Latar Belakang</i>.....	<i>1</i>
<i>1.2 Rumusan Masalah</i>	<i>2</i>
<i>1.3 Tujuan Penelitian</i>.....	<i>3</i>
<i>1.4 Manfaat Penelitian</i>.....	<i>3</i>
<i>1.4.1 Manfaat Teoritis</i>	<i>3</i>
<i>1.4.2 Manfaat Praktis</i>	<i>3</i>
<i>1.5 Sistematika Penulisan</i>	<i>3</i>
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
<i>2.1 Landasan Teori</i>.....	<i>5</i>
<i>2.1.1 Teknologi Augmented Reality (AR)</i>	<i>5</i>
<i>2.1.2 Expectation Confirmation Theory (ECT)</i>.....	<i>5</i>
<i>2.1.3 Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction)</i>.....	<i>7</i>
<i>2.2 Kajian Literatur</i>.....	<i>7</i>
<i>2.3 Hipotesis Penelitian</i>.....	<i>9</i>
<i>2.3.1 Ekspektasi Konsumen terhadap Teknologi Virtual Try-On</i> <i>Berpengaruh terhadap Konfirmasi Ekspektasi</i>.....	<i>9</i>
<i>2.3.2 Kinerja yang dirasakan (Perceived Performance) dari Teknologi</i> <i>Virtual Try-On Berpengaruh terhadap Konfirmasi Ekspektasi</i>.....	<i>10</i>
<i>2.3.3 Ekspektasi Konsumen Berpengaruh terhadap Kepuasan</i> <i>Konsumen</i>	<i>10</i>

2.3.4 Konfirmasi Ekspektasi Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen	11
2.4 Kerangka Konseptual	11
BAB III. METODE PENELITIAN	13
3.1 Pendekatan Penelitian	13
3.2 Populasi dan Sampel	14
3.2.1 Populasi	14
3.2.2 Sampel	14
3.3 Teknik Pengumpulan Data	15
3.3.1 Data Primer	15
3.3.2 Data Sekunder	17
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian	17
3.5 Teknik Analisis Data	19
3.5.1 Uji Instrumen	20
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	21
3.5.3 Uji Kelayakan Model	22
3.6 Tahapan Penelitian	24
3.7 Jadwal Penelitian	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Analisis Deskriptif	27
4.1.1 Karakteristik Responden	27
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	28
4.2 Hasil Uji Instrumen	28
4.2.1 Hasil Uji Validitas	28
4.2.2 Hasil Uji Reabilitas	33
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	35
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	35
4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas	35
4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	36
4.4 Hasil Uji Kelayakan Model	37
4.4.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	37
4.4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	38

4.4.3 Hasil Uji F (Uji Simultan)	39
4.4.4 Hasil Uji <i>t</i> (Uji Parsial)	40
4.5 <i>Pembahasan Hasil Penelitian</i>	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 <i>Kesimpulan</i>	45
5.2 <i>Saran</i>	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN A: Kuesioner	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Expectation Confirmation Theory (ECT) (Oliver, 1980).....	6
Gambar 2. 2. Kerangka Konseptual	12
 Gambar 3. 1. Contoh format item kuesioner.....	17
Gambar 3. 2. Tahapan Penelitian	25
 Gambar 4. 1. Korelasi Variabel X1	30
Gambar 4. 2. Korelasi Variabel X2.....	31
Gambar 4. 3. Korelasi Variabel X3.....	31
Gambar 4. 4. Korelasi Variabel Y	32
Gambar 4. 5. Reliability Statistic (X1).....	34
Gambar 4. 6. Reliability Statistic (X2).....	34
Gambar 4. 7. Reliability Statistic (X3).....	34
Gambar 4. 8. Reliability Statistic (Y).....	34
Gambar 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	35
Gambar 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	36
Gambar 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	36
Gambar 4. 12. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	37
Gambar 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	39
Gambar 4. 14 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	40
Gambar 4. 15 Hasil Uji t (Uji Parsial)	41
Gambar 4. 16. Virtual Shade Finder	43
Gambar 4. 17. Personal Color Prescription.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian	18
Tabel 3. 2. Jadwal Penelitian.....	26
Tabel 4. 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	27
Tabel 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi penggunaan	27
Tabel 4. 3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	28
Tabel 4. 4. Data Skor Responden.....	29
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 4. 6. Hasil Uji Reabilitas	34