

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING: STUDI
KASUS PADA PELANGGAN GEN Z *WEBSITE* BEAUTYHAUL**

AURA NADHIFA SALSABILA

1705617088



*Wencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

KONSENTRASI PEMASARAN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON
REPURCHASE INTENTION THROUGH CUSTOMER
SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE : CASE STUDY
ON BEAUTYHAUL WEBSITE GEN Z CUSTOMERS***

AURA NADHIFA SALSABILA

1705617088



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

***Thesis is Written as One of The Requirements for Getting Bachelor Degree of
Management on Faculty of Economics State University of Jakarta***

STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT

CONCENTRATION OF MARKETING

MAJOR MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMIC

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2022

ABSTRAK

Aura Nadhifa Salsabila, 2022; Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus pada pelanggan Gen Z website BeautyHaul. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dra. Basrah Saidani, M.Si. dan Agung Kresnamurti Rivai P., S.T, M.M. Studi ini memiliki maksud guna menganalisis hubungan langsung antar variabel kualitas pelayanan, harga serta kepuasan pelanggan dengan minat beli ulang. Juga, hubungan tidak langsung kualitas pelayanan serta harga dengan minat beli ulang yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Pada studi ini menggunakan instrumen berupa kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Jumlah sampel pada studi ini dengan total 200 responden yang merupakan konsumen generasi Z dengan usia 17-26 tahun telah berbelanja produk *makeup/skincare* melalui *website* BeautyHaul dalam kurun waktu enam bulan terakhir sebanyak dua kali. Program SPSS versi 24 serta AMOS digunakan untuk mengolah data pada studi ini. Uji hipotesis pada studi ini menghasilkan: (1) kualitas pelayanan memiliki hubungan yang signifikan serta positif pada kepuasan pelanggan (2) harga memiliki hubungan yang signifikan serta positif pada kepuasan pelanggan (3) kualitas pelayanan memiliki hubungan yang signifikan serta positif pada minat beli ulang (4) harga memiliki hubungan yang signifikan serta positif pada minat beli ulang (5) kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang signifikan serta positif pada minat beli ulang (6) kepuasan pelanggan sebagai intervening dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan minat beli ulang (7) kepuasan pelanggan sebagai intervening dapat memediasi hubungan antara harga dengan minat beli ulang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan, minat beli ulang, Pelanggan Generasi Z

ABSTRACT

Aura Nadhifa Salsabila, 2022; The Effect Of Service Quality and Price on Repurchase Intention through Customer Satisfaction as Intervening Variable : Case study on Beautyhaul website Gen Z customers. Thesis, Jakarta: Marketing Management Concentration, S1 Management Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University. Advisory Team: Dra. Basrah Saidani, M.Si. and Agung Kresnamurti Rivai P., S.T, M.M. This study aims to analyze the direct relationship between service quality, price and customer satisfaction variables with repurchase intention. Also, the indirect relationship between service quality and price with repurchase intention is mediated by customer satisfaction as an intervening variable. This study uses an instrument in the form of a questionnaire as a data collection technique. The number of samples in this study with a total of 200 respondents who are Generation Z consumers aged 17-26 years old have shopped for makeup/skincare products through the BeautyHaul website twice in the last six months. SPSS version 24 and AMOS programs were used to process the data in this study. Hypothesis testing in this study resulted: (1) service quality has a significant and positive relationship on customer satisfaction (2) price has a significant and positive relationship on customer satisfaction (3) service quality has a significant and positive relationship on repurchase intention (4) price has a significant and positive relationship on repurchase intention (5) customer satisfaction has a significant and positive relationship on repurchase interest (6) customer satisfaction as an intervening can mediate the relationship between service quality and repurchase interest (7) customer satisfaction as an intervening can mediate the relationship between price and repurchase intention

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Repurchase Intention, Gen Z Customer

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Service Quality* dan *Price* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Pada Pelanggan Gen Z Website Beautyhaul”** ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada jurusan S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Berbagai dukungan, bimbingan, arahan, dan koreksi diterima peneliti selama penulisan skripsi ini berlangsung. Tanpa ada bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, mungkin peneliti tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Suherman, S.E., M. Si. selaku Koordinator Program Studi Manajemen S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Basrah Saidani, M.Si. selaku dosen pembimbing pertama yang senantiasa membimbing dan mengarahkan peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M. selaku dosen pembimbing kedua skripsi yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

5. Semua Dosen serta Staf FE UNJ yang tidak bisa Peneliti sebut satu-persatu, yang telah memberikan banyak ilmu dan bantuan selama masa perkuliahan.
6. Ketua Sidang, Sekretaris serta Penguji Ahli yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi Peneliti senantiasa menjadi lebih baik.
7. Kedua orang tua penulis, Bapak Fajar Armadi dan Ibu Mayasari Fatmadevy yang telah memberikan doa, arahan, motivasi, dan dukungan moril maupun finansial sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kakak Maxy Energio Ramadhony yang sudah mendukung, menyemangati, membantu dan mendoakan penulis.
9. Keluarga Besar Bhayangkara, Farani, dan H. Dumyati beserta seluruh saudara penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan.
10. Teman-teman kelas Manajemen C 2017 yang senantiasa melewati suka duka bersama selama perkuliahan, juga memberikan semangat serta doa dalam memperoleh gelar sarjana.
11. Seluruh teman BPM FE UNJ yang senantiasa memberikan arahan, dukungan, dan doa selama penelitian.
12. Sahabat-sahabat penulis khususnya Annisa, Mira, Amyra, Hany, Grace, Arum, Fikka, dan Lula yang sudah membantu dan mendoakan selama penelitian.
13. Semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu dengan tanpa mengurangi rasa hormat.

14. *Last but not least, i wanna thank me, i wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan. Apabila terdapat kekeliruan dalam penulisan skripsi ini, penulis tidak menutup diri terhadap saran dan kritik yang dapat menjadikan skripsi ini semakin baik lagi kedepannya. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi kita semua.

Jakarta, 31 Mei 2021

Aura Nadhifa Salsabila


NIM 1705617088

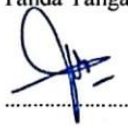
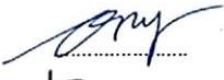


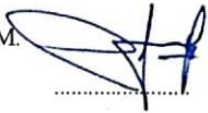
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd. 
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Andi Muhamad Sadat, S.E, M.Si. NIP. 197412212008121001 (Ketua)		16 Februari 2022
2	Dr. Osly Usman, M.Bus. M.gt., M.Bus. M.Syst. NIP. 197401152008011008 (Penguji 1)		16 Februari 2022
3	Rahmi, S.E., M.S.M. NIP. 198305012018032001 (Penguji 2)		15 Februari 2022
4	Dra. Basrah Saidani, M.Si. NIP. 196301191992032001 (Pembimbing 1)		11 Februari 2022
5	Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M. NIP. 197404162006041001 (Pembimbing 2)		11 Februari 2022

Nama : Aura Nadhifa Salsabila
No. Registrasi : 1705617088
Program Studi : S1 Manajemen
Tanggal Lulus : 7 Februari 2022

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

- a. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
- b. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai bahan acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
- c. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya berani menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Mei 2021

Yang membuat pernyataan



Aura Nadhifa Salsabila

No. Reg 1705617088

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Aura Nadhifa Salsabila
NIM : 1705617088
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Manajemen
Alamat email : Auranadhifa344@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI

ULANG MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING:

STUDI KASUS PADA PELANGGAN GEN Z WEBSITE BEAUTYHAUL

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 Februari 2022



DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	viii
LEMBAR ORISINALITAS	ix
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kebaruan Penelitian.....	12
BAB II.....	15
KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Latar Belakang Teori	15
2.1.1 Service Quality	15
2.1.2 Price	17
2.1.3 Customer Satisfaction	19
2.1.4 Repurchase Intention.....	22
2.2 Kerangka Teori dan Hipotesis	24
2.2.1 Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	24
2.2.2 Hubungan <i>Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.2.3 Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	26
2.2.4 Hubungan <i>Price</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	27

2.2.5	Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	27
2.2.6	Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	28
2.2.7	Hubungan <i>Price</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	29
BAB III.....		32
METODE PENELITIAN		32
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	32
3.2	Pendekatan Penelitian	32
3.3	Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1	Populasi	32
3.3.2	Sampel.....	33
3.4	Penyusunan Instrumen	33
3.5	Teknik Pengumpulan Data	37
3.6	Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV		44
HASIL DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Deskripsi Data	44
4.2	Pembahasan.....	47
BAB V.....		66
PENUTUP		66
5.1	Kesimpulan	66
5.2	Keterbatasan Penelitian	67
5.3	Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya	68
Daftar Pustaka.....		69
LAMPIRAN		78

DAFTAR TABEL

Table 1. 1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	12
Tabel 2. 1 Hipotesis Penelitian	31
Table 3. 1 Skala untuk mengukur <i>Service Quality</i>	34
Table 3. 2 Skala untuk mengukur <i>Price</i>	34
Table 3. 3 Skala untuk mengukur <i>Customer Satisfaction</i>	35
Table 3. 4 Skala untuk mengukur <i>Repurchase Intention</i>	36
Table 3. 5 <i>Goodness Fit Indices</i>	43
Table 4. 1 Penggolongan responden berdasarkan jenis kelamin.....	44
Table 4. 2 Penggolongan responden berdasarkan usia	45
Table 4. 3 Penggolongan responden berdasarkan pendidikan terakhir	45
Table 4. 4 Penggolongan responden berdasarkan pendapatan per bulan	46
Table 4. 5 Penggolongan responden berdasarkan pekerjaan	47
Table 4. 6 <i>Factor Analysis of Service Quality</i>	48
Table 4. 7 <i>Exploratory Factor Analysis of Service Quality</i>	48
Table 4. 8 <i>Factor Analysis of Price</i>	48
Table 4. 9 <i>Exploratory Factor Analysis of Price</i>	49
Table 4. 10 <i>Factor Analysis of Customer Satisfaction</i>	49
Table 4. 11 <i>Exploratory Factor Analysis of Customer Satisfaction</i>	49
Table 4. 12 <i>Factor Analysis of Repurchase Intention</i>	50
Table 4. 13 <i>Exploratory Factor Analysis of Repurchase Intention</i>	50
Table 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Table 4. 15 Analisis Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	52
Table 4. 16 Analisis Deskriptif Variabel <i>Price</i>	53
Table 4. 17 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	54
Table 4. 18 Analisis Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>	55
Table 4. 19 <i>Goodness of fit Service Quality</i>	56
Table 4. 20 <i>Goodness of fit Price</i>	57
Table 4. 21 <i>Goodness of fit Customer Satisfaction</i>	58
Table 4. 22 <i>Goodness of fit Repurchase Intention</i>	59
Table 4. 23 Full Model SEM	60
Table 4. 24 Uji Hipotesis.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Global E-commerce Spend by Category</i>	1
Gambar 1. 2 <i>Global Facial Makeup Market by Regions</i>	2
Gambar 1. 3 Fitur-fitur pada <i>website BeautyHaul</i>	5
Gambar 1. 4 Ulasan buruk <i>service quality</i> BeautyHaul	6
Gambar 1. 5 Ulasan buruk <i>price</i> BeautyHaul.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian.....	30
Gambar 4. 1 Hasil CFA <i>Service Quality</i>	56
Gambar 4. 2 Hasil CFA <i>Price</i>	57
Gambar 4. 3 Hasil CFA <i>Customer Satisfaction</i>	58
Gambar 4. 4 Hasil CFA <i>Repurchase Intention</i>	59
Gambar 4. 5 Full Model SEM	60
Gambar 4. 6 Uji Sobel Hipotesis 6	61
Gambar 4. 7 Uji Sobel Hipotesis 7	62