

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION DAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI (STUDI TENTANG PRODUK SEPATU MEREK
VENTELA)**

DYAN AMETA PURNAMASARI

1705618039



**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND E-SERVICE QUALITY ON
REPURCHASE INTENTION AND CUSTOMER SATISFACTION AS
MEDIATING VARIABLE (STUDY ON VENTELA BRAND SHOE
PRODUCTS)***

DYAN AMETA PURNAMASARI

1705618039



***This paper is written as one of the requirements to get a Bachelor's Degree of
Management at Faculty of Economics and Business State University of Jakarta***

Intelligentia - Dignitas
STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

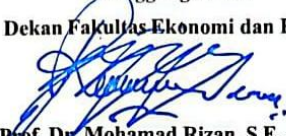
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. NIP. 197201252002121002 (Ketua)		12/08/2024
2	Dr. Andrian Haro, S.Si., M.M. NIP. 198509242014041002 (Penguji 1)		12/8-2025
3	Nofriska Krissanya, S.E. M.B.A. NIP. 199111022022032013 (Penguji 2)		11/8-2025
4	Dr. Osly Usman, SE., M.Bus NIP. 197401152008011008 (Pembimbing 1)		12/8-2025
5	Prof. Agung Dharnawan Buchdadi, MM., Ph. D NIP. 197509162006041001 (Pembimbing 2)		12/8-2025
Nama : Dyan Ameta Purnamasari No. Registrasi : 1705618039 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus :			

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini, saya menyatakan bahwa:

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

Jakarta, 11 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Dyan Ameta Purnamasari

NIM. 1705618039

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 : Dyan Ameta Purnamasari
NIM : 1705618039
Fakultas/Prodi : S1 Manajemen
Alamat email : dyanameta@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 Brand Image dan E-Service Quality terhadap Repurchase Intention dan Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi (Studi tentang Produk Sepatu Merek Ventela)"

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, 11 Agustus 2025

Penulis

(Dyan Ameta Purnamasari)

ABSTRAK

Dyan Ameta Purnamasari, 2025: Pengaruh *brand image* dan *e-service quality* terhadap *repurchase intention* dan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi (studi tentang produk sepatu merek Ventela), Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dr. Osly Usman, SE., M.Bus dan Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image* dan *e-service quality* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada konsumen sepatu Ventela di wilayah Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan data dikumpulkan dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner terstruktur yang menggunakan skala likert enam poin. Penelitian ini melibatkan 254 responden yang telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* dan *e-service quality* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *repurchase intention* produk sepatu merek Ventela. Selain itu, *customer satisfaction* mampu memediasi pengaruh dari *brand image* dan *e-service quality* terhadap *repurchase intention* produk sepatu merek Ventela.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Pelayanan Elektronik, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Dyan Ameta Purnamasari, 2025: The influence of brand image and e-service quality on repurchase intention and customer satisfaction as mediating variable (study on Ventela brand shoe products), Thesis Proposal, Jakarta: Study S1 Management Program, Faculty of Economics and Business, Jakarta State University. Advisory Team: Dr. Osly Usman, SE., M.Bus dan Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D.

This study aims to analyze the influence of brand image and e-service quality on repurchase intention, with customer satisfaction as a mediating variable among Ventela shoe consumers in the Jakarta area. The study employs a quantitative design and data were collected via a structured questionnaire using a six-point likerts scale. The study involved 254 respondents meeting the inclusion criteria. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) in SmartPLS 4. The results indicate that both brand image and e-service quality have a significant positive impact on customer satisfaction and repurchase intention for Ventela shoes. Furthermore, customer satisfaction mediates the influence of brand image and e-service quality on repurchase intention.

Keywords: Brand Image, E-Service Quality, Customer Satisfaction, Repurchase Intention

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat, dan karunia-Nya selama penyusunan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *E-Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* dan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi (Studi Tentang Produk Sepatu Merek Ventela)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak akan berjalan tanpa adanya arahan, bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam berbagai hal untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan serta penyelesaian skripsi ini, antara lain kepada:

1. Allah SWT atas berkah, rahmat, dan karunia-Nya sehingga peneliti diberikan kemampuan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Osly Usman, SE., M.Bus, selaku Dosen Pembimbing Pertama telah membimbing, mengarahkan, dan membantu peneliti menyusun skripsi ini.

5. Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah membimbing, mengarahkan, dan membantu peneliti menyusun skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan pengajaran dan bimbingan akademik kepada peneliti sepanjang proses studi.
7. Kedua orang tua, kakak, dan keluarga peneliti atas kasih sayang yang tulus, dukungan moral maupun materiel, serta do'a yang senantiasa dipanjatkan untuk peneliti sejak masa perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Teman-teman peneliti yang memberikan dukungan moral, motivasi, dan menemani peneliti sejak proses penyusunan hingga skripsi selesai.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan terdapat keterbatasan dalam proses penulisan dan penyajiannya. Oleh karena itu, peneliti membuka diri terhadap kritik dan masukan yang bersifat perbaikan di masa mendatang. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat dan memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran dan penelitian selanjutnya.

Jakarta, 29 Juli 2025

Intelligentia - Dignitas

Dyan Ameta Purnamasari

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ii
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Teori Pendukung.....	14
2.1.1 <i>Brand Image</i>	14

2.1.2	<i>E-service quality</i>	16
2.1.3.	<i>Customer Satisfaction</i>	19
2.1.4.	<i>Repurchase Intention</i>	21
2.2.	Penelitian Terdahulu	22
2.3	Kerangka Teori.....	29
2.4	Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....		33
3.1.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	33
3.1.1.	Waktu Penelitian	33
3.1.2.	Tempat Penelitian.....	33
3.2.	Desain Penelitian.....	33
3.3.	Populasi dan Sampel	34
3.3.1.	Populasi.....	34
3.3.2.	Sampel.....	34
3.4.	Penyusunan Instrumen	35
3.4.1	Variabel.....	35
3.4.2	Definisi Operasional.....	36
3.4.3	Definisi Konseptual.....	38
3.4.4	Skala Pengukuran.....	38

3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6.	Teknik Analisis Data.....	41
3.6.1	Analisa Deskriptif	42
3.6.2	Evaluasi Model Pengukuran	42
3.6.3	Evaluasi Model Struktural.....	42
3.6.4	Evaluasi Kebaikan dan Kecocokan Model	42
3.6.5	Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Deskripsi Data.....	49
4.2	Hasil Analisis Deskriptif Data Kuantitatif	52
4.3	Hasil Pengujian	58
4.3.1	Hasil Evaluasi Model Pengukuran.....	58
4.3.2	Hasil Evaluasi Validitas Diskriminan	59
4.3.3	Hasil Evaluasi Model Struktural.....	62
4.3.4	Hasil Evaluasi Kebaikan dan Kecocokan Model.....	62
4.4	Uji Hipotesis	66
4.5	Interpretasi Hasil Penelitian	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Implikasi.....	77

5.2.1	Implikasi Teoretis.....	77
5.2.2	Implikasi Praktis	77
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	79
5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	80
DAFTAR PUSTAKA		81
RIWAYAT HIDUP.....		112



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk yang Paling Banyak dibeli di <i>E-Commerce</i> dan Toko Fisik..	1
Gambar 1. 2 Grafik Pencarian Popularitas Sepatu Lokal Tahun 2024 dalam Kategori <i>Shopping</i>	3
Gambar 1. 3 Produk Sepatu Ventela	4
Gambar 1. 4 Desain Kemiripan Sepatu Ventela dan Vans	5
Gambar 1. 5 Screenshot Unggahan Reseller Ventela	5
Gambar 1. 6 Screenshot Tanggapan Ventela	6
Gambar 1. 7 Ulasan <i>Positive</i> dari Pembeli	8
Gambar 1. 8 Ulasan <i>Negative</i> dari Pembeli	9
Gambar 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Gambar 4. 1 Diagram <i>Path Coefficients</i> dan <i>P-Values</i>	66

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Variabel Operasional.....	36
Tabel 3. 2 Skala Likert	40
Tabel 3. 3 Rentang Skala Kriteria Keputusan Variabel	42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	50
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Data Deskriptif Variabel BI.....	52
Tabel 4. 7 Hasil Uji Data Deskriptif Variabel ESQ	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Data Deskriptif Variabel CS.....	56
Tabel 4. 9 Hasil Uji Data Deskriptif Variabel RI.....	57
Tabel 4. 10 Hasil Evaluasi Model Pengukuran.....	58
Tabel 4. 11 Hasil Fornell dan Larcker Criterion	59
Tabel 4. 12 Hasil Cross Loadings	60
Tabel 4. 13 Hasil HTMT	61
Tabel 4. 14 Hasil VIF	62
Tabel 4. 15 Hasil R^2 dan Q^2	62
Tabel 4. 16 Hasil Uji SRMR.....	63
Tabel 4. 17 Hasil R^2 dan Q^2	63

Tabel 4. 18 Hasil PLS Predict.....	64
Tabel 4. 19 Hasil Uji Linieritas.....	65
Tabel 4. 20 Hasil Pengaruh Langsung	66
Tabel 4. 21 Hasil Pengaruh Mediasi	69



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2 Tabulasi Variabel.....	90
Lampiran 3 Hasil Pengujian.....	108



Intelligentia - Dignitas