

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP
REPURCHASE INTENTION MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
SEBAGAI VARIBEL *INTERVENING* (STUDI KASUS PADA KONSUMEN
GUARDIAN WILAYAH BEKASI RAYA)**

NADILA KUSUMANINGRUM

1707620062



Intelligentia - Dignitas

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND SALES PROMOTION ON
REPURCHASE INTENTION THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS
AN VARIBEL INTERVENING (CASE STUDY ON GUARDIAN CONSUMERS
IN BEKASI RAYA AREA)***

NADILA KUSUMANINGRUM

1707620062



Intelligentia - Dignitas

***This thesis was compiled as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Education Degree at the Faculty of Economics and Business, State University of
Jakarta***

***BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

2025

ABSTRAK

Nadila Kusumaningrum. Pengaruh *Service Quality* dan *Sales Promotion* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Satisfaction* sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Konsumen Guardian Wilayah Bekasi Raya). Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji *service quality*, dan *sales promotion* terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi. Metode pengumpulan data menggunakan survei dengan instrumen berupa kuesioner yang disebarakan secara *online*. Populasi yang digunakan yaitu konsumen Guardian dengan kriteria berusia 17 tahun ke atas, sudah pernah membeli produk pada toko Guardian, dan berdomisili pada Bekasi Raya. Penelitian ini melibatkan sebanyak 200 responden, serta 30 responden untuk dilakukan uji *pretest*. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan *software SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, 2) *sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, 3) *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*, 4) *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, 5) *sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, 6) *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*, 7) *sales promotion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* melalui *customer satisfaction*.

Kata kunci: *Service quality, sales promotion, repurchase intention, customer satisfaction, Guardian.*

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

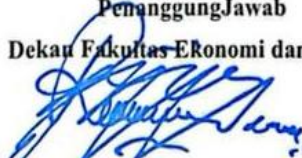
Nadila Kusumaningrum. The Effect of Service Quality and Sales Promotion on Repurchase Intention through Customer Satisfaction as an Intervening Variable (A Case Study of Guardian Consumers in the Greater Bekasi Area). Thesis, Jakarta: Business Education Study Program, Faculty of Economics and Business, Jakarta State University, 2025.

This study aims to examine the effect of service quality and sales promotion on repurchase intention through customer satisfaction as a mediating variable. The data collection method used a survey with an online questionnaire instrument. The population used was Guardian consumers aged 17 years and above, who had previously purchased products from Guardian stores, and who resided in the Greater Bekasi area. This study involved 200 respondents, with 30 respondents for the pretest. Data were analyzed using a Structural Equation Model (SEM) based on Partial Least Squares (PLS) using SmartPLS 4.0 software. The results of the study indicate that 1) service quality has a positive and significant effect on repurchase intention, 2) sales promotion has a positive and significant effect on repurchase intention, 3) customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention, 4) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, 5) sales promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction, 6) service quality has a positive and significant effect on repurchase intention through customer satisfaction, and 7) sales promotion has a positive and significant effect on repurchase intention through customer satisfaction.

Keywords: Service quality, sales promotion, repurchase intention, customer satisfaction, Guardian.

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN

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	Dita Puruwita, M.Si, Ph.D NIP. 198209082010122004 (Ketua Sidang)		12 Agustus 2025
2	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP. 199504122023212041 (Penguji Ahli 1)		12 Agustus 2025
3	Rizka Zakiah, M.Pd NIP. 199401182023212040 (Penguji Ahli 2)		12 Agustus 2025
4	Andi Muhammad Sadat, S.E, M.Si., Ph.D NIP. 197412021200812001 (Pembimbing 1)		12 Agustus 2025
5	Dr. Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M NIP. 198103222023212013 (Pembimbing 2)		12 Agustus 2025
Nama : Nadila Kusumaningrum No. Registrasi : 1707620062 Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis 2020 Tanggal Lulus : 07 Juli 2025			

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

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah di publikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan 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, 31 Juli 2025
Yang Membuat Pernyataan



Nadila Kusumaningrum
NIM. 1707620062

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 : Nadila Kusumaningrum
NIM : 1707620062
Fakultas/prodi : Ekonomi dan Bisnis/ Pendidikan Bisnis
Alamat email : nadilakusuma21@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 Service Quality dan Sales Promotion terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Guardian Wilayah Bekasi Raya).

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, 31 Juli 2025
Penulis

(Nadila Kusumaningrum)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga Penulis diberikan kekuatan serta kemudahan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Selain itu salawat dan salam buat junjungan alam yakni Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat- Nya dari alam yang kurang berilmu pengetahuan menjadi berilmu pengetahuan.

Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai tugas akhir Peneliti guna melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Maka Peneliti ingin menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Service Quality* dan *Sales Promotion* terhadap *Repurchase Intention* melalui *Customer Statifaction* sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Konsumen Guardian wilayah Bekasi Raya)”.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis telah banyak mendapat bimbingan, pengarahan serta motivasi dari berbagai pihak, untuk itu Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Dita Puruwita, M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
3. Bapak Andi Muhammad Sadat M.Si selaku dosen pembimbing 1 sekaligus Koordinator Program Studi Pemasaran Digital dan Ibu Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.S.M selaku dosen pembimbing 2 yang telah

meluangkan waktu dan kesempatan untuk membimbing serta mengarahkan dalam penyusunan skripsi.

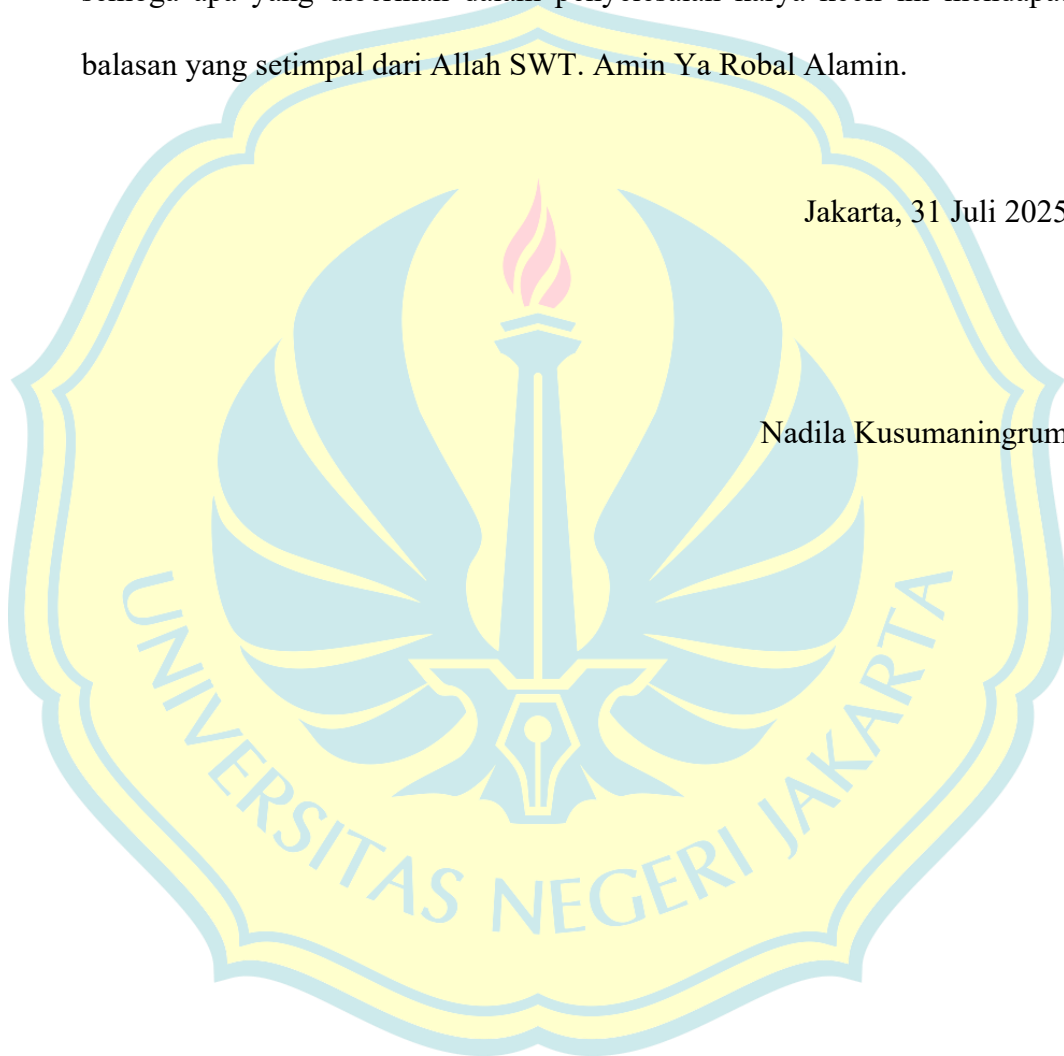
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan pengajaran dan ilmu pengetahuan kepada penulis selama di bangku perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah ikut membantu proses kegiatan belajar mengajar serta bersedia mengurus segala kelengkapan administrasi penulis, sehingga penulis dapat menyajikan skripsi ini.
6. Bapak Yunarto dan Ibu Endah Prawanti selaku kedua orang tua, Salsabila Puspaningrum selaku kakak penulis, dan juga seluruh keluarga yang senantiasa memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.
7. Galih Lumaksono selaku suami penulis, terimakasih selalu memberikan bantuan, dukungan, cinta dan semangat dalam proses penyusunan skripsi.
8. Seluruh teman-teman Pendidikan Bisnis 2020 terkhusus Ananda Sekar, Fauziah Syabani, dan Mustika Baharsyah, yang memberikan banyak dukungan kepada saya.
9. Terimakasih untuk semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang telah membantu dalam penulisan skripsi.
10. Terimakasih untuk diri sendiri yang sudah mau dan bisa berjuang dan bertahan hingga detik ini.

Dalam penulisan Skripsi ini, peneliti menyadari masih banyak kekurangan

karena keterbatasan yang dimiliki. Untuk itu, peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Pada akhirnya tiada kata yang lebih indah yang dapat diucapkan untuk mengungkapkan semua rasa syukur selain berdoa semoga apa yang diberikan dalam penyelesaian karya kecil ini mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Amin Ya Robal Alamin.

Jakarta, 31 Juli 2025

Nadila Kusumaningrum



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1. Teori Pendukung	13
2.1.1 Perilaku Konsumen	13
2.1.2 <i>Repurchase Intention</i>	18
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.1.4 <i>Service Quality</i>	22
2.1.5 <i>Sales Promotion</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis	32
2.3.1 Kerangka Teoritis.....	32
2.3.2 Pengembangan Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	44
3.2. Desain Penelitian.....	45

3.3. Populasi dan Sampel	46
3.3.1 Populasi	46
3.3.2 Sampel	47
3.4. Pengembangan Instrumen	49
3.5. Teknik Pengumpulan Data	58
3.6. Teknik Analisis Data	59
3.6.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	60
3.6.2 Analisis Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	63
3.6.3 Analisis Individual <i>Effects</i> dan Partial <i>Effects</i>	64
3.6.4 Uji Hipotesis dan Mediasi	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Deskripsi Data	67
4.1.1 Karakteristik Responden	67
4.1.2 Analisis Deskriptif	72
4.2 Hasil Pengujian	80
4.2.1 Analisis <i>Outer Model</i>	81
4.2.2 Analisis <i>Inner Model</i>	91
4.2.3 Analisis Partial <i>Effects</i>	93
4.2.4 Uji Hipotesis	97
4.3 Pembahasan	102
BAB V PENUTUP	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Implikasi	114
5.2.1 Implikasi Teoritis	114
5.2.2 Implikasi Praktis	119
5.3 Keterbatasan Penelitian	122
5.4 Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya	123
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Toko Kecantikan & Kesehatan yang Sering Dikunjungi Masyarakat Jabodetabek	4
Gambar 2. 1 Guardian Indonesia	5
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	42
Gambar 4.1 <i>Path Diagram Outer Model</i>	81



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ulasan Buruk Konsumen Guardian mengenai <i>Service Quality</i>	6
Tabel 1. 2 Ulasan Buruk Konsumen Guardian mengenai <i>Sales Promotion</i>	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 <i>Timeline</i> Penelitian.....	44
Tabel 3. 2 Operasional Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y).....	51
Tabel 3. 3 Operasional Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Z)	52
Tabel 3. 4 Operasional Variabel <i>Service Quality</i> (X1)	54
Tabel 3. 5 Operasional Variabel <i>Sales Promotion</i> (X2)	56
Tabel 3. 6 Skala <i>Likert</i>	59
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	68
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Status Pekerjaan	70
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Domisili	71
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif <i>Repurchase Intention</i> (Y)	72
Tabel 4. 7 Statistika Deskriptif <i>Repurchase Intention</i>	73
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i> (Z).....	74
Tabel 4. 9 Statistika Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	75
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i> (X1).....	78
Tabel 4. 11 Statistika Deskriptif <i>Service Quality</i>	79
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif <i>Sales Promotion</i> (X2)	76
Tabel 4. 13 Statistika Deskriptif <i>Sales Promotion</i>	77
Tabel 4.14 Convergent Validity <i>Repurchase Intention</i>	83
Tabel 4. 15 Convergent Validity <i>Customer Satisfaction</i>	84
Tabel 4. 16 Convergent Validity <i>Service Quality</i>	84
Tabel 4. 17 Convergent Validity <i>Sales Promotion</i>	85
Tabel 4.18 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	87
Tabel 4. 19 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	88

Tabel 4.20 <i>Compsite Reliability dan Cronbach's Alpha</i>	89
Tabel 4. 21 Uji Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i>	90
Tabel 4. 22 Uji Reliabilitas <i>Service Quality</i>	90
Tabel 4. 23 Uji Reliabilitas <i>Sales Promotion</i>	91
Tabel 4.24 <i>R-Square</i> (R^2)	92
Tabel 4.25 <i>Q-Square</i>	94
Tabel 4.26 <i>F-Square</i> (F^2)	95
Tabel 4. 27 <i>Path Coefficient</i> (Uji Hipotesis Langsung)	97
Tabel 4. 28 <i>Spesifict Indirect Effect</i> (Uji Mediasi)	100



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Persetujuan Sidang Skripsi.....	131
Lampiran 2 Kartu Konsultasi Bimbingan	132
Lampiran 3 Lembar Saran & Perbaikan Sidang Umum Proposal	133
Lampiran 4 Lembar Saran & Perbaikan Sidang Skripsi	134
Lampiran 5 Ulasan Buruk Konsumen Guardian Bekasi Raya.....	135
Lampiran 6 Kuesioner.....	136
Lampiran 7 Tabulasi Data Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y)	151
Lampiran 8 Tabulasi Data Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Z).....	156
Lampiran 9 Tabulasi Data Variabel <i>Service Quality</i> (X1).....	161
Lampiran 10 Tabulasi Data Variabel <i>Sales Promotion</i> (X2).....	170
Lampiran 11 Hasil Uji Kemiripan Naskah.....	175



Intelligentia - Dignitas