

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK *CUSTOMER*
SATISFACTION DAN *REPURCHASE INTENTION*
KONSUMEN PRODUK TAS LOKAL**

Farizka Hayyu Artanti

1710621091



Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

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

2026

**ANALYSIS OF THE DETERMINING FACTORS OF
CUSTOMER SATISFACTION AND REPURCHASE
INTENTION AMONG LOCAL BAG PRODUCT CONSUMERS**

Farizka Hayyu Artanti

1710621091



This thesis is written as one of the requirements to obtain a Bachelor of Digital
Business degree at the Faculty of Economics and Business
Jakarta State University

**BACHELOR OF DIGITAL BUSINESS STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA STATE UNIVERSITY**

2026

ABSTRAK

Farizka Hayyu Artanti, (2026): Analisis Faktor-Faktor Pembentuk *Customer Satisfaction* Dan *Repurchase Intention* Konsumen Produk Tas Lokal. Jakarta: Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *product design*, *content marketing*, dan *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *repurchase intention* pada konsumen produk tas lokal Merché. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 240 konsumen Merché di wilayah DKI Jakarta. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SPSS dan AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product design*, *content marketing*, dan *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Selain itu, *product design* dan *customer satisfaction* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Namun, *content marketing* dan *e-service quality* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *repurchase intention*. Temuan ini menunjukkan bahwa *customer satisfaction* memiliki peran penting dalam mendorong *repurchase intention*, sementara *product design* menjadi satu-satunya variabel yang berpengaruh langsung terhadap kedua variabel dependen. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan *Expectation Confirmation Theory* pada konteks pemasaran digital *brand fashion* lokal serta implikasi praktis bagi pelaku industri *fashion* dalam merancang strategi pemasaran yang berfokus pada peningkatan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Kata kunci: *product design*, *content marketing*, *e-service quality*, *customer satisfaction*, *repurchase intention*

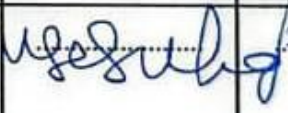
ABSTRACT

Farizka Hayyu Artanti, (2026): *Analysis Of The Determining Factors Of Customer Satisfaction And Repurchase Intention Among Local Bag Product Consumers. Jakarta: Digital Business Study Program, Faculty of Economics and Business, Jakarta State University.*

This study aims to analyze the effects of product design, content marketing, and e-service quality on customer satisfaction and repurchase intention among consumers of the local bag brand Merché. A quantitative research approach was employed using a survey method involving 240 Merché consumers in the DKI Jakarta area. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the assistance of SPSS and AMOS software. The results indicate that product design, content marketing, and e-service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. Furthermore, product design and customer satisfaction also have a positive and significant effect on repurchase intention. However, content marketing and e-service quality do not have a significant direct effect on repurchase intention. These findings suggest that customer satisfaction plays a crucial role in encouraging repurchase intention, while product design is the only variable that directly influences both dependent variables. This study contributes theoretically by extending the application of Expectation Confirmation Theory in the context of digital marketing for local fashion brands and provides practical insights for fashion businesses in formulating strategies focused on enhancing customer satisfaction and long-term consumer loyalty.

Keywords: *product design, content marketing, e-service quality, customer satisfaction, repurchase intention*

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. Ryna Parlyna, M.B.A NIP. 197701112008122003 (Ketua Penguji)		20 Januari 2026
2	Dr. Osly Usman, S.E., M.Bus. NIP. 197401152008011008 (Penguji 1)		21 Januari 2026
3	Fildzah Shabrina, S.Pd., M.Kom. NIP. 199409272024062001 (Penguji 2)		20 Januari 2026
4	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		21 Januari 2026
5	Meta Bara Berutu, S.E., M.M NIP. 199409222022032012 (Pembimbing 2)		20 Januari 2026
Nama : Farizka Hayyu Artanti No. Registrasi : 1710621091 Program Studi : S1 Bisnis Digital Tanggal Lulus : 15 Januari 2026			

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan guna memperoleh gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian 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, 18 Februari 2026

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in blue ink is written over a 10,000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'REPUBLIK INDONESIA', and 'METEDAL TEMBEL'. The serial number '78819ANX289707973' is visible at the bottom of the stamp.

Farizka Hayyu Artanti

NIM. 1710621091



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
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 : Farizka Hayyu Artanti
NIM : 1710621091
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Alamat Email : farizkaartanti@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:

Analisis Faktor-Faktor Pembentuk *Customer Satisfaction* Dan *Repurchase Intention* Konsumen Produk Tas Lokal

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 izin 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, 18 Februari 2026

Penulis

(Farizka Hayyu Artanti)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Customer Satisfaction dan Repurchase Intention Konsumen Produk Tas Lokal*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis pada Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh berbagai bentuk dukungan, bimbingan, serta bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini:

- 1) Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta;
- 2) Dr. Ryna Parlyna, M.B.A., selaku Koordinator Program Studi S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta;
- 3) Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I, atas waktu, perhatian, kritik yang membangun, serta bimbingan yang sangat berarti dalam proses penyusunan skripsi ini;
- 4) Ibu Meta Bara Berutu, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II, atas kesediaannya memberikan masukan, saran perbaikan, serta arahan yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini;
- 5) Dr. Osly Usman, S.E., M.Bus. dan Ibu Fildzah Shabrina, S.Pd., M.Kom., selaku Penguji I dan Penguji II, atas waktu dan kontribusinya dalam memberikan evaluasi dan masukan yang konstruktif dalam sidang skripsi ini;

- 6) Seluruh dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah membagikan ilmu, wawasan, dan pengalaman berharga selama masa studi, yang menjadi bekal penting dalam penyusunan skripsi ini.
- 7) Kedua orangtua tercinta, Ayah Tato dan Ibu Ina yang tidak pernah berhenti memberikan doa, kasih sayang, nasihat, serta dukungan moral dan material tanpa batas. Setiap pengorbanan, kesabaran, dan kepercayaan yang diberikan menjadi kekuatan terbesar bagi penulis untuk terus melangkah, bahkan di saat merasa lelah dan hampir menyerah. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari peran dan cinta tulus mereka.
- 8) Kak Lalita, selaku kakak penulis, yang senantiasa hadir menemani perjalanan penulis dengan dukungan. Melalui perhatian, arahan, nasihat, serta kesediaannya menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, dan kegelisahan, menjadikan kakak salah satu sosok penting yang membantu penulis bertahan dan terus melanjutkan proses hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
- 9) Adik-adik tersayang, Aria, Andira dan Andari yang dengan kehadiran, kebersamaan, dan keceriaan sederhana mampu menjadi sumber semangat terbesar bagi penulis. Dukungan dan kebersamaan mereka menjadi pengingat bagi penulis untuk tetap kuat dan menyelesaikan studi ini dengan sebaik-baiknya.
- 10) Zahra, Chikita, Alfian, Dennis dan Panca selaku teman seperjuangan penulis, yang telah membersamai proses penyusunan skripsi dengan diskusi, bantuan, kebersamaan, serta dukungan emosional. Kehadiran mereka menjadikan proses yang penuh tekanan terasa lebih ringan dan menjadi alasan bagi penulis untuk terus berjuang hingga tahap akhir.
- 11) Seluruh pihak yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Negeri Jakarta baik teman, sahabat, maupun kerabat yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Penulis

mengucapkan terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta kontribusi yang diberikan selama masa studi hingga penyusunan skripsi ini.

- 12) Terakhir, penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada diri sendiri, yang telah memilih untuk tetap bertahan di tengah kelelahan, kebingungan, dan berbagai keterbatasan. Atas keberanian untuk terus melangkah meskipun tidak selalu yakin, atas kesabaran dalam menjalani setiap proses, serta atas komitmen untuk tidak menyerah hingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Pencapaian ini menjadi bukti bahwa segala usaha, doa, dan perjuangan yang dijalani dengan sungguh-sungguh tidak pernah sia-sia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dalam penyusunan dan pembahasannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi dan perbaikan guna penyempurnaan penelitian di masa yang akan datang.

Jakarta, 14 Januari 2026

Farizka Hayyu Artanti

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Teori Pendukung	11
2.1.1 <i>Repurchase Intention</i>	12
2.1.2 <i>Customer satisfaction</i>	15
2.1.3 <i>Product design</i>	18
2.1.4 <i>Content marketing</i>	21
2.1.5 <i>E-service quality</i>	24
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	26
2.2.1 <i>Product design terhadap Customer satisfaction</i>	26

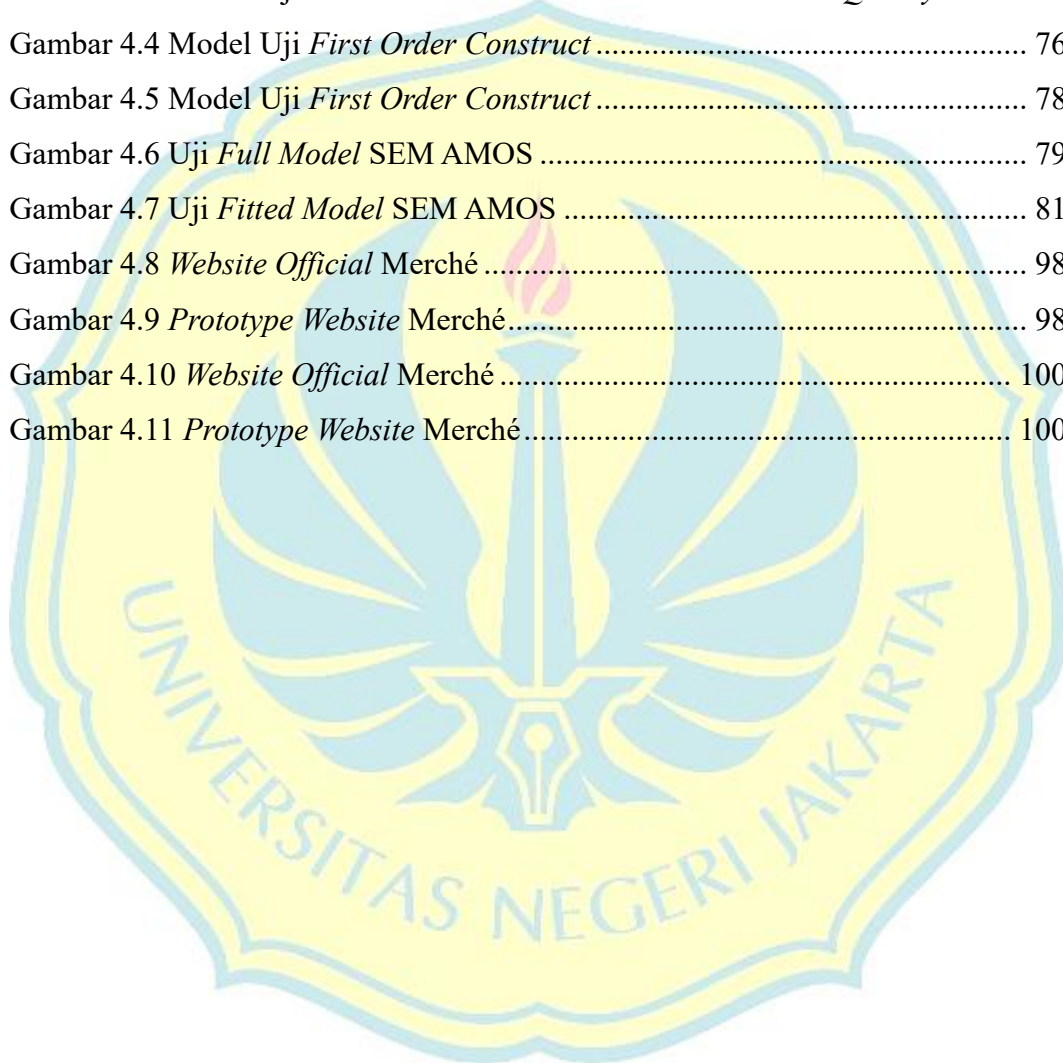
2.2.2 <i>Product design</i> terhadap <i>Repurchase intention</i>	28
2.2.3 <i>Content marketing</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i>	29
2.2.4 <i>Content marketing</i> terhadap <i>Repurchase intention</i>	31
2.2.5 <i>E-service quality</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i>	32
2.2.6 <i>E-service quality</i> terhadap <i>Repurchase intention</i>	33
2.2.7 <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase intention</i>	35
2.3 Penelitian Terdahulu	36
2.4 Hipotesis Penelitian	38
BAB III	40
METODE PENELITIAN	40
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	40
3.1.1 Waktu Penelitian	40
3.1.2 Tempat Penelitian	40
3.2 Desain Penelitian	40
3.2.1 Metode Penelitian	40
3.2.2 Sumber Data	41
3.3 Populasi dan Sampel	41
3.3.1 Populasi	41
3.3.2 Sampel	41
3.4 Pengembangan Instrumen	44
3.4.1 <i>Product Design</i>	44
3.4.2 <i>Content Marketing</i>	45
3.4.3 <i>E-Services Quality</i>	46
3.4.4 <i>Customer Satisfaction</i>	47
3.4.5 <i>Repurchase Intention</i>	48

3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6 Teknik Analisis Data	50
3.6.1 Uji Validitas.....	51
3.6.2 Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	51
3.6.3 Uji Reliabilitas	52
3.6.4 Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	52
3.6.5 Uji Hipotesis	54
BAB IV	56
HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Deskripsi Data.....	56
4.1.1 Karakteristik Responden	56
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Product Design</i>	61
4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Content Marketing</i>	62
4.1.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>E-service Quality</i>	64
4.1.5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	66
4.1.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>	67
4.2 Hasil Uji Penelitian	69
4.2.1 Uji Validitas, <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) dan Reliabilitas .	69
4.2.2 Uji Reliabilitas	71
4.2.3 Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA)	72
4.2.4 Uji <i>Full Model</i>	79
4.2.5 Uji <i>Fitted Model</i>	80
4.2.6 Uji Hipotesis	82
4.3 Pembahasan.....	83
4.3.1 <i>Product Design</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	83

4.3.2 <i>Product Design</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	85
4.3.3 <i>Content Marketing</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	87
4.3.4 <i>Content Marketing</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	89
4.3.5 <i>E-service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	91
4.3.6 <i>E-service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	92
4.3.7 <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	95
4.4 <i>Output Penelitian</i>	97
4.4.1 Reposisi <i>Customer Service</i> melalui <i>Floating Button</i> yang Lebih Strategis.....	98
4.4.2 <i>Customer Service</i> Kontekstual dengan Integrasi <i>Live Chat</i> dan WhatsApp pada Halaman <i>FAQ Refund & Return</i>	99
BAB V	102
KESIMPULAN DAN SARAN	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Implikasi.....	104
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	104
5.2.2 Implikasi Praktis	105
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	106
5.4 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya	107
DAFTAR PUSTAKA	108
DAFTAR LAMPIRAN	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Unggahan Merché terkait " <i>Second Life Material</i> "	4
Gambar 2.1 Kerangka Teori Penelitian	38
Gambar 4.1 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Product Design</i>	73
Gambar 4.2 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Content Marketing</i>	74
Gambar 4.3 Model Uji <i>First Order Construct</i> Variabel <i>E-service Quality</i>	75
Gambar 4.4 Model Uji <i>First Order Construct</i>	76
Gambar 4.5 Model Uji <i>First Order Construct</i>	78
Gambar 4.6 Uji <i>Full Model</i> SEM AMOS	79
Gambar 4.7 Uji <i>Fitted Model</i> SEM AMOS	81
Gambar 4.8 <i>Website Official</i> Merché	98
Gambar 4.9 <i>Prototype Website</i> Merché	98
Gambar 4.10 <i>Website Official</i> Merché	100
Gambar 4.11 <i>Prototype Website</i> Merché	100



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ulasan Positif Pelanggan Merché	2
Tabel 1.2 Ulasan Pelanggan Merché terkait <i>Product Design</i>	3
Tabel 1.3 Ulasan Pelanggan Merché terkait <i>E-service Quality</i>	5
Tabel 2.1 Variabel Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 2.1 Variabel Penelitian Terdahulu (Lanjutan).....	37
Tabel 2.1 Variabel Penelitian Terdahulu (Lanjutan).....	38
Tabel 3.1 Indikator Variabel <i>Product Design</i>	45
Tabel 3.2 Indikator Variabel <i>Content Marketing</i>	46
Tabel 3.3 Indikator Variabel <i>E-service Quality</i>	47
Tabel 3.4 Indikator Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	48
Tabel 3.5 Indikator Variabel <i>Repurchase Intention</i>	49
Tabel 3.6 Skala Likert	50
Tabel 3.7 <i>Goodness of Fit Indices</i>	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	56
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Product Design</i>	61
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Content Marketing</i>	63
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>E-service Quality</i>	64
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	66
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas dan AVE	69
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.9 First Order Construct Variabel <i>Product Design</i>	74
Tabel 4.10 First Order Construct Variabel <i>Content Marketing</i>	75
Tabel 4.11 First Order Construct Variabel <i>E-service Quality</i>	76
Tabel 4.12 First Order Construct Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	77
Tabel 4.13 First Order Construct Variabel <i>Repurchase Intention</i>	78
Tabel 4.14 Hasil <i>Goodness of Fit Indices Full Model</i>	80
Tabel 4.15 Hasil <i>Goodness of Fit Indices Fitted Model</i>	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	121
Lampiran 2 Deskripsi Responden	127
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....	128
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	128
Lampiran 5 Hasil Uji <i>Full Model</i>	131
Lampiran 6 Hasil Uji <i>Fitted Model</i>	132
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	134
Lampiran 8 Tabulasi Data	136
Lampiran 9 Riwayat Hidup.....	137

