



**PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI INTERVENING
PADA PRODUK ERIGO APPAREL
(STUDI PADA SISWA DAN SISWI SMA NEGERI 7
TANGERANG SELATAN)**

TESIS

ADE ARIF FATHURAHMAN

55119120060

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
TAHUN 2022**



**PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI INTERVENING
PADA PRODUK ERIGO APPAREL
(STUDI PADA SISWA DAN SISWI SMA NEGERI 7
TANGERANG SELATAN)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Magister
Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

ADE ARIF FATHURAHMAN

55119120060

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
TAHUN 2022**

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Ade Arif Fathurahman
NIM : 55119120060
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul

“Pengaruh Promosi, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Intervening pada Produk Erigo Apparel”,
telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 28/01/2022, didapatkan nilai persentase sebesar 27%.

Jakarta, 28 Januari 2022
Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Promosi, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Intervening pada Produk Erigo Apparel (Studi Pada Siswa Dan Siswi SMA Negeri 7 Tangerang Selatan)

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah

Nama : Ade Arif Fathurahman

NIM : 55119120060

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 22 Februari 2022

Mengesahkan,
Pembimbing



Dr. Janfry Sihite, M.S.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si

Ketua Program Studi Magister
Manajemen



Dr. Indra Siswanti, M.M

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Pengaruh Promosi, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Intervening pada Produk Erigo Apparel (Studi Pada Siswa Dan Siswi SMA Negeri 7 Tangerang Selatan)

Nama : Ade Arif Fathurahman

NIM : 55119120060

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 22 Februari 2022

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 22 Februari 2022



Ade Arif Fathurahman

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: “Pengaruh Promosi, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening Pada Produk Erigo Apparel (Studi Pada Siswa Dan Siswi SMA Negeri 7 Tangerang Selatan)”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Secara khusus penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Janfry Sihite, M.S.M sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan dan diskusi yang intensif terkait tesis penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, M.S, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Indra Siswanti, M.M, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana, Jakarta yang telah memberikan pengetahuan dan pengalamannya di dunia akademisi.
5. Kedua Orang tua dan Mertua yang selalu memberikan motivasi kepada Saya.
6. Istri tercinta dan anak tersayang yang telah memberikan doa dan motivasinya untuk cepat menyelesaikan tesis ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa Magister Manajemen Mercu Buana yang selalu memberikan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 22 Februari 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ade Arif Fathurahman'. The signature is stylized and cursive, with a large initial 'A' and a small star-like mark above it.

Ade Arif Fathurahman

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR <i>SIMILIRATY CHECK</i>	
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
ABSRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	17
1.3. Tujuan Penelitian	18
1.4. Kontribusi Penelitian	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Teori	21
2.2. Pemasaran	21
2.3. Manajemen Pemasaran	22
2.4. Kepuasan Pelanggan.....	22
2.5. Minat Beli Ulang	25
2.6. Promosi	26
2.7. Citra Merek.....	29
2.8. Kualitas Produk	32
2.9. Penelitian Terdahulu	34
2.10. Pengembangan Hipotesis.....	40
2.11. Kerangka Pemikiran	46
2.12. Hipotesis	47

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian	49
3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	49
3.3. Populasi dan Sampel.....	52
3.4. Metode Pengumpulan Data	54
3.5. Metode Analisis Data.....	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.2. Analisis Data Deskriptif.....	65
4.3. Hasil Analisis Data	71
4.4. Pembahasan	86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	95
5.2. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA	101
-----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	105
----------------------	------------

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Target dan Realisasi Sasaran Strategis	3
Tabel 1.2 Pertumbuhan PDB Ekonomi Kreatif	4
Tabel 1.3 Brand-Brand Lokal Terbaik Tahun 2020	7
Tabel 1.4 Pra Survey Penelitian Keputusan Membeli Produk Erigo.....	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	51
Tabel 3.2 Skala Likert.....	54
Tabel 3.3 <i>Rule Of Thumb</i> Uji Validitas <i>Convergent dan Discriminant</i>	59
Tabel 3.4 <i>Rule of Thumb</i> Uji Reliabilitas Konstruk	60
Tabel 3.5 <i>Rule of Thumb</i> Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	61
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	65
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas	66
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	66
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Platform Online</i>	66
Tabel 4.7 Analisa Jawaban Responden Terhadap Promosi	66
Tabel 4.8 Analisa Jawaban Responden Terhadap Citra Merek.....	67
Tabel 4.9 Analisa Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk	68
Tabel 4.10 Analisa Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	69
Tabel 4.11 Analisa Jawaban Responden Terhadap Minat Beli Ulang	70
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	72
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> Modifikasi	75
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	77
Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion)</i>	79
Tabel 4.16 Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	79
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Reliabilitas (Reliability Construct)	80
Tabel 4.18 Hasil Pengujian <i>Coefficient of determination (R²)</i>	81

Tabel 4.19 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (<i>f-Square</i>).....	82
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis.....	85
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Redudansi Validasi-Silang Konstruk	86

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Promosi Erigo Apparel Pada Situs Belanja Online Shopee	9
Gambar 1.2 Promosi Erigo Apparel Pada Situs Belanja Online Tokopedia.....	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS	74
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	76
Gambar 4.3 Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	84

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	105
Lampiran 2 Rekapitulasi Hasil Kuesioner.....	109
Lampiran 3 Hasil Kuesioner.....	112
Lampiran 4 Hasil Olah Data SEM – <i>SmartPLS</i> 3.0	127
Lampiran 5 Hasil <i>Check Similarity</i>	134
Lampiran 4 <i>Curriculum Vitae</i>	135