

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMBALI YANG
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN**
(Suatu Studi Pada Scarlett Whitening Mitra Tokopedia)

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEMBALI YANG
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN
(Suatu Studi Pada Scarlett Whitening Mitra Tokopedia)**

SKRIPSI

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Sony Dharmawan

NIM : 43118010295

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam penelitian ini :

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra

Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kembali

Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Suatu

Studi Pada Scarlett Whitening Mitra Tokopedia)

Bentuk : Penelitian

Nama : Sony Dharmawan

NIM : 43118010295

Program : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Juli 2021



(Sony Dharmawan)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sony Dharmawan
NIM : 43118010295
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,
PROMOSI DANCITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
KEMBALI YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN
PELANGGAN
(Suatu Studi Pada Scarlett Whitening Mitra)

Tokopedia)Tanggal Sidang : 27/10/2022

Disahkan oleh :

Pembimbing

Dr. Syafrizal Chan, SE., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Manajemen

Ketua Program Studi S1



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA
11221787



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Persaingan antar perusahaan semakin ketat untuk menghadirkan produk kecantikan yang berkualitas sehingga dapat menjadi pilihan bagi para konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh dari kualitas produk, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan (suatu studi pada scarlett whitening mitra tokopedia). Data penelitian ini merupakan data yang diambil dari data sekunder perusahaan dan data primer yang didapat dari pengolahan data kuesioner yang diisi oleh konsumen Scarlett Whitening yang sudah melakukan pembelian lebih dari satu kali. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 135 responden dan Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis *Partial Least Square (PLS)*. Hasil temuan peneliti terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk, promosi dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang dan kepuasan pelanggan. Selain itu kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek, Keputusan Pembelian Ulang, Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

Competition between companies is getting tougher to present quality beauty products so that they can be an option for consumers. This study aims to examine and analyze the effect of product quality, promotion and brand image on repurchase decisions mediated by customer satisfaction (study on Tokopedia partner Scarlett Whitening). The data of this research are data taken from the company's secondary data and primary data obtained from the processing of questionnaire data filled out by Scarlett Whitening consumers who have made purchases more than once. The number of samples used as many as 135 respondents and the analysis technique used in this study is to use Partial Least Square (PLS) analysis. The findings of previous researchers indicate that product quality, promotion and brand image have a positive and significant influence on repurchase decisions and customer satisfaction. In addition, customer satisfaction also has a positive effect on repurchase decisions.

Keywords: *Product Quality, Promotion, Brand Image, Repurchasere Decision, Customer Satisfaction*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Suatu Studi Pada Scarlett Whitening Mitra Tokopedia)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak terutama kepada Bapak Dr. Syafrizal Chan, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat dalam mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan juga kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Ardiansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Para dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencerahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga dihadapan Allah SWT menjadi amal jariyah untuk Bapak/Ibu. Aamiin.
5. Bapak dan Ibu di bagian Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.

6. Orang tua dan kakak-kakak saya yang tak henti-hentinya berjuang dalam doa, dukungan, kasih sayang, dan motivasi, juga tidak lupa kepada seluruh keluarga besar penulis yang memberikan dorongan motivasi sehingga penulis dengan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan usaha maksimal.
7. Teman-teman Mercubrotherhood atas persaudaraan, persahabatan dan pertemanan yang kita miliki, canda-tawa, duka-cita, doa dan semangat yang sudah kalian berikan selama ini.
8. Dan terakhir saya ucapan terima kasih juga kepada teman dan sahabat di kampus atas doa, dukungan dan kebersamaan selama periode perkuliahan berlangsung dan juga untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan, doa, dan semangatnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman dari penulis. Oleh karena itu, penulis menerima segala bentuk saran serta kritik yang dapat membangun dari seluruh pihak. Selain itu dengan kesadaran penuh penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan pada skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat serta menambah wawasan bagi pembaca dan pihak lain.

Jakarta, 26 Juli 2021



(Sony Dharmawan)

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI..... | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.4 Kontribusi Penelitian..... | 11 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 12 |
| 2.1 Kajian Pustaka..... | 12 |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran..... | 12 |
| 2.1.2 Perilaku Konsumen | 13 |
| 2.1.3 Kualitas Produk | 14 |
| 2.1.4 Promosi..... | 17 |
| 2.1.5 Citra Merek..... | 19 |
| 2.1.6 Keputusan Pembelian Ulang | 21 |
| 2.1.7 Kepuasan Pelanggan..... | 24 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 26 |
| 2.3 Rerangka Konseptual..... | 37 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian | 37 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 39 |
| 3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian | 39 |
| 3.1.1 Waktu Penelitian | 39 |
| 3.1.2 Lokasi Penelitian | 39 |
| 3.2 Desain Penelitian | 39 |
| 3.3 Definisi dan Operasional Variabel..... | 40 |
| 3.4 Pengukuran Variabel | 43 |
| 3.5 Populasi dan Sampel..... | 45 |
| 3.5.1 Populasi Penelitian | 45 |
| 3.5.2 Sampel Penelitian..... | 46 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data | 47 |
| 3.7 Metode Analisis Data | 47 |
| 3.7.1 Analisis Partial Least Square (PLS)..... | 48 |
| 3.7.2 Asumsi Partial Least Square (PLS) | 48 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 52 |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian..... | 52 |
| 4.1.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian..... | 52 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 53 |
| 4.2.1 Karakteristik Responden | 53 |
| 4.2.2 Deskriptif Variabel | 57 |
| 4.1 Uji Instrumen..... | 62 |
| 4.3.1 Uji Validitas | 62 |
| 4.3.2 Uji Reabilitas | 71 |

| | |
|---|-----------|
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 85 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 85 |
| 5.2 Saran | 86 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 89 |
| LAMPIRAN | 92 |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Persaingan E-Commerce Terbaik di Indonesia (Kuartal IV 2020)..... | 2 |
| Tabel 1.2 Hasil Prasurvey..... | 7 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 26 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel..... | 41 |
| Tabel 3.2 Skor Jawaban Untuk Setiap Pertanyaan..... | 44 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 54 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 54 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 55 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 56 |
| Tabel 4.5 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel KPU..... | 57 |
| Tabel 4.6 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel KN..... | 58 |
| Tabel 4.7 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel KP..... | 59 |
| Tabel 4.8 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel P..... | 60 |
| Tabel 4.9 Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel CM..... | 61 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Convergent Validity..... | 64 |
| Tabel 4.11 Hasil Output Diagram Modifikasi..... | 66 |
| Tabel 4.12 Hasil Output Average Variance Extracted (AVE)..... | 68 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading)..... | 69 |
| Tabel 4.14 Uji Discriminant Validity (Fornell-Lacker)..... | 70 |
| Tabel 4.15 Uji Reabilitas..... | 71 |
| Tabel 4.16 R-Squared Coefficients..... | 72 |
| Tabel 4.17 F-Square Coefficients..... | 72 |
| Tabel 4.18 Godness Of Fit Model..... | 74 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis..... | 75 |
| Tabel 4.20 Predictive Relevance..... | 77 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Brand Skincare Lokal Terlaris di E-Commerce..... | 4 |
| Gambar 1.2 Data Penjualan Scarlett Whitening Bulan Jul 2021-Des2021..... | 5 |
| Gambar 2.1 Framework Penelitian..... | 37 |
| Gambar 4.1 Logo Perusahaan..... | 52 |
| Gambar 4.2 Produk Scarlett Whitening..... | 53 |
| Gambar 4.3 Rancangan Outer Model..... | 63 |
| Gambar 4.4 Hasil Output Diagram Jalur Awal..... | 64 |
| Gambar 4.5 Hasil Gambar Output Diagram Modifikasi..... | 66 |
| Gambar 4.6 Diagram Path..... | 75 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1: Kuesioner Penelitian..... | 92 |
| Lampiran 2: Tabulasi Jawaban Responden..... | 98 |
| Lampiran 3: Hasil Karakteristik Responden | 116 |
| Lampiran 4: Hasil Statistik Deskriptif | 118 |

