



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
MINAT BELI ULANG LOGAM MULIA GALERI 24
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(GALERI 24 REGIONAL JAWA TENGAH)**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**MUHAMAD TARMUJI
55121010010**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2023**



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
MINAT BELI ULANG LOGAM MULIA GALERI 24
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(GALERI 24 REGIONAL JAWA TENGAH)**



TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**MUHAMAD TARMUJI
55121010010**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang Logam Mulia Galeri 24 Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Galeri 24 Regional Jawa Tengah)”

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Muhamad Tarmuji

NIM : 55121010010

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 25 Agustus 2023

Mengesahkan

Pembimbing,

UNIVERSITAS
MERCUBUANA

(Dr. Dendi Anggi Gumilang, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis, Ketua Program Studi Magister Manajemen,



(Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak)



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST, MM)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang Logam Mulia Galeri 24 Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Galeri 24 Regional Jawa Tengah)”

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Muhamad Tarmuji

NIM : 55121010010

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 25 Agustus 2023

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana 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, 25 Agustus 2023
Yang memberi pernyataan,



Muhamad Tarmuji
NIM. 55121010010

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

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

Nama : Muhamad Tarmuji
NIM : 55121010010
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Galeri 24 Regional Jawa Tengah)”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 07/08/2023, didapatkan nilai persentase sebesar 22 %.



Jakarta, 07 Agustus 2023

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia, sehingga penulis berhasil menyelesaikan Tesis ini dengan judul “Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* (Galeri 24 Regional Jawa Tengah)”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Tesis ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan dan memberikan kontribusi dalam penulisan Tesis ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si. Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., MM., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Dendi Anggi Gumilang, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat.
6. Manajemen Galeri 24 yang telah mengizinkan penulis untuk meneliti di Galeri 24 Regional Jawa Tengah
7. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Naim dan Ibu Mulyanah, serta kaka adik dan teman-teman yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral yang tiada henti- hentinya kepada penulis selama menempuh studi di Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari ketidaksempurnaan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 25 Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

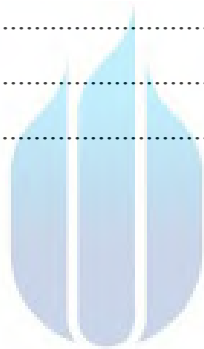
Halaman

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian	12
1.3. Rumusan Masalah Penelitian	13
1.4. Tujuan Penelitian	14
1.5. Kontribusi Penelitian	15
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN	16
2.1. Kajian Teori	16
2.1.1. Expectancy Disconfirmation Theory	16
2.1.2. Minat Beli Ulang	17
2.1.2.1. Indikator Minat Beli Ulang	19
2.1.3. Kepuasan Pelanggan	19
2.1.3.1. Indikator Kualitas Pelayanan	21
2.1.4. Citra Merek	22
2.1.4.1. Indikator Citra Merek	24
2.1.5. Kualitas Pelayanan	25
2.1.5.1. Indikator Kualitas Pelayanan	26
2.1.6. Persepsi Harga	27
2.1.5.1. Indikator Persepsi Harga	27

2.2.	Penelitian Terdahulu.....	30
2.3.	Pengembangan Hipotesis.....	51
2.3.1.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	51
2.3.2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	52
2.3.3.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	53
2.3.4.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang	54
2.3.5.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang	55
2.3.6.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang	55
2.3.7.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang	56
2.3.8.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai <i>Variabel Intervening</i>	56
2.3.9.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai <i>Variabel Intervening</i> ..	57
2.3.10.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai <i>Variabel Intervening</i> ..	58
BAB III.	METODE PENELITIAN	60
3.1.	Desain Penelitian	60
3.2.	Definisi dan Operasional Variabel	63
3.3.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	66
3.4.	Metode Pengumpulan Data	66
3.4.1.	Kuesioner	69
3.4.2.	Observasi	70
3.4.3.	Dokumentasi	71
3.5.	Metode Analisis Data	68
3.5.1.	Analisis Deskriptif	70
3.5.2.	Uji Instrumen	70
3.5.3.	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	71
3.5.3.1.	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	72
3.5.3.2.	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	74

3.5.3.3. Uji Hipotesis	76
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	78
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	78
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	79
4.1.2. Visi dan Misi serta Budaya Perusahaan PT Pegadaian Galeri 24	79
4.1.3. Struktur Organisasi PT Pegadaian Galeri 24	80
4.2. Statistik Deskriptif.....	81
4.2.1. Deskripsi Responden.....	81
4.2.1.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
4.2.1.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	82
4.2.1.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	83
4.3. Hasil Analisis Data	83
4.3.1. Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	84
4.3.1.1. Uji Validitas Konvergen	85
4.3.1.2. Uji Validitas Diskriminan	86
4.3.1.3. Uji Reliabilitas	91
4.3.2. Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	92
4.3.2.1. Evaluasi Koefisien Determinasi.....	92
4.3.2.2. Uji Predictive Relevance.....	93
4.3.2.3. Uji Goodness of Fit (GoF)	94
4.3.2.4. Uji Effect Size.....	95
4.4. Pengajuan Hpotesis	95
4.4.1. Nilai Koefisien Jalur (Path Coefficient)	96
4.4.1. Nilai T-Statistic (Bootstrapping)	98
4.5. Pembahasan	106
4.5.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	106
4.5.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.	107
4.5.3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	107
4.5.4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang....	108
4.5.5. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang.....	109

4.5.6. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang	109
4.5.7. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang.....	110
4.5.8. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening	110
4.5.9. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Bei Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening	111
4.5.10. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening	111
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....	113
5.1. Simpulan	113
5.2. Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN.....	126



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1.	Laporan Penjualan Januari-Juni 2022 LM Galeri 24 Regional Semarang	3
Tabel 1.2.	Penetapan Harga Jual Tunai LM Galeri 24	5
Tabel 1.3.	Penetapan Harga Buyback LM Galeri 24.....	6
Tabel 1.4.	Hasil Prasarvei (Kuisinoner)	10
Tabel 2.1.	Penelitian Terhahulu.....	29
Tabel 3.1.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	61
Tabel 3.2.	Kriteria Penilaian Jawaban Responden	64
Tabel 4.1.	Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4.2.	Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Usia	79
Tabel 4.3.	Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan	80
Tabel 4.4.	Hasil Pengujian <i>Outer Loading</i>	82
Tabel 4.5.	Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	88
Tabel 4.6.	Hasil Pengujian <i>Cross Loading</i>	85
Tabel 4.7.	Hasil Pengujian Nilai <i>Fornell-Larcker</i>	87
Tabel 4.8.	Hasil Pengujian Nilai <i>Heterotrait-Monotrait (HTMT)</i>	91
Tabel 4.9.	Nilai <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliabilty</i>	91
Tabel 4.10.	Nilai <i>R Square</i>	93
Tabel 4.11.	Nilai Model Fit	93
Tabel 4.12.	Nilai <i>Effect Size</i>	90
Tabel 4.13.	Hasil Uji Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>) Pengaruh Langsung	91
Tabel 4.14.	Hasil Uji Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>) Pengaruh Tidak Langsung	92
Tabel 4.15.	Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung.....	98
Tabel 4.16.	Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	100

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1.	Investasi Terbanyak yang Dimiliki Masyarakat Indonesia.	1
Gambar 1.2.	Grafik Harga Emas	4
Gambar 1.3.	6 Pilihan Merek Logam Mulia di Indonesia.....	9
Gambar 2.1.	Kerangka Pemikiran	57
Gambar 4.1.	Struktur Organisasi PT Pegadaian Galeri 24.....	77
Gambar 4.2.	Hasil Output Diagram Jalur.....	82
Gambar 4.3.	Hasil Uji Bootstrapping.....	94

