

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN DESAIN PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI ULANG DALAM INDUSTRI FESYEN  
(Studi pada Toko Fesyen NoonaKu Signature)**

**SKRIPSI**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi**

**Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



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

**2020**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN DESAIN PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI ULANG DALAM INDUSTRI FESYEN  
(Studi pada Toko Fesyen Noonaku Signature)**

**SKRIPSI**



Nama : Evelyn Gracia Benaya  
NIM : 43116010412  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

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

**JAKARTA**

**2020**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Evelyn Gracia Benaya

NIM : 43116010412

Program Studi : Manajemen

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

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 1 Juli 2020



Evelyn Gracia Benaya

NIM: 43116010412

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Nama : Evelyn Gracia Benaya  
NIM : 43116010412  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Desain Produk terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Toko Fesyen NoonaKu Signature)  
Tanggal Lulus Ujian : 1 Juli 2020

Disahkan oleh :

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji,

  
Dr. Ir. Arrisetyanto Nugroho,

  
Nur Endah Retno W, S.Sos., MM


MM., IPU., CMA., MSS


Tanggal : 13 Juli 2020

Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

  
Dr. Harnovinsan, Ak., M.Si., CA.,

  
Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal :

Tanggal : 27 Juli 2020

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan desain produk terhadap minat beli ulang produk fesyen di toko Noonaku Signature. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Noonaku Signature. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 200 konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian di Noonaku Signature sebelumnya dan sedang berada di toko Noonaku Signature. Metode penarikan sampel menggunakan *convenience sampling* dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian adalah kuisioner. Metode analisis data menggunakan *Variance Based Structural Equation Modeling Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang, Harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang, serta Desain Produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Desain Produk, Minat Beli Ulang.



## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of product quality, price and product design on the repurchase intention of fashion products in NoonaKu Signature store. The population in this study is all consumers in NoonaKu Signature. The sample used as many as 200 consumers who had made purchases in NoonaKu Signature before and were at NoonaKu Signature store. The sampling method uses convenience sampling with a quantitative descriptive approach. Data collection methods using survey methods, the research instrument is a questionnaire. The method of data analysis using Partial Least Square (PLS) Variance Based Structural Equation Modeling. The results of this study indicate that Product Quality has a significant positive effect on repurchase intention, Price has a significant positive effect on repurchase intention, and Product Design has a significant positive effect on repurchase intention.*

*Keywords: Product Quality, Price, Product Design, Repurchase Intention.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat dan karunia Tuhan Yang Maha Kuasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Desain Produk terhadap Minat Beli Ulang dalam Industri Fesyen, Studi Kasus pada Toko Fesyen Noonaku Signature”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan karena keterbatasan akan kemampuan penulis. Pemikiran, rekomendasi, maupun dorongan dari berbagai pihak dirasakan sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, terkhusus kepada Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM., IPU., CMA., MSS selaku dosen pembimbing dalam penelitian ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip. Ms, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak, M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Jajaran Program studi manajemen S1, Ibu Tine Yuliantini, S.Par dan Dr. Erna Sofriana imaningsing, SE. M.Si selaku sekretaris I dan II program studi Manajemen S1.
5. Ibu Nur Endah Retno Wuryandari, S.Sos., MM., selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Dr. Rina Astini, MM., CPM., selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
7. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
8. Bapak dan Ibu bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan pebuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
9. Kedua orangtua tercinta Papi Beny dan Mami Yanti serta ketiga saudara terkasih, William, Petra dan Jeremy yang menjadi motivasi terbesar dan selalu memberikan doa, dorongan, inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
10. Teristimewa, teman seperjuangan, Enggal Andhana Aryo Wisesa atas motivasi, doa, dorongan dan inspirasi yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil dan seluruh teman – teman

Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

11. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doa yang telah diberikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya, Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, 1 Juli 2020

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA Evelyn Gracia Benaya



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	7
BAB II.....	9
KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	9
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Pemasaran.....	9
2. Perilaku Konsumen .....	9
3. Minat Beli Ulang (Repurchase Intention) .....	10
a. Definisi Minat Beli Ulang ( <i>Repurchase Intention</i> ) .....	10
b. Dimensi Minat Beli Ulang ( <i>Repurchase Intention</i> ) .....	11
4. Kualitas Produk.....	12
a. Definisi Kualitas Produk .....	12
b. Dimensi Kualitas Produk.....	12
5. Harga .....	14
a. Pengertian Harga .....	14
b. Tujuan Penetapan Harga .....	15

c.	Indikator Harga.....	16
d.	Dimensi Harga.....	17
6.	Desain Produk .....	17
a.	Definisi Desain Produk .....	17
b.	Dimensi Desain Produk.....	18
7.	Pengaruh Antar Variabel.....	19
a.	Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang .....	19
b.	Pengaruh harga terhadap minat beli ulang .....	20
c.	Pengaruh desain produk terhadap minat beli ulang.....	20
B.	Penelitian Terdahulu .....	20
C.	Hubungan Antar Variabel .....	29
D.	Rerangka Pemikiran .....	31
BAB III	.....	33
METODE PENELITIAN	.....	33
A.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	33
B.	Desain Penelitian.....	33
C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	34
D.	Skala Pengukuran Variabel .....	36
E.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	37
F.	Metode Pengumpulan Data.....	38
G.	Metode Analisis Data .....	39
BAB IV	.....	43
HASIL DAN PEMBAHASAN	.....	43
A.	Gambaran Umum Noonaku Signature .....	43
B.	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	43
1.	Deskripsi Responden .....	43
2.	Deskripsi Variabel .....	47
C.	Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS).....	51
1.	Evaluasi Uji Model Pengukuran (Outer Model) .....	51
2.	Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	57
D.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	61

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang .....	61
2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang .....	61
3. Pengaruh Desain Produk Terhadap Minat Beli Ulang .....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66
C. Keterbatasan Penelitian .....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	69
LAMPIRAN.....	72



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pra Survei.....	5
Tabel 1.2 Data Pra Survei.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk.....	34
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Harga.....	35
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Desain Produk.....	35
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Minat Beli Ulang.....	36
Tabel 3.5 Skala Likert.....	37
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Pernah Melakukan Pembelian.....	43
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	45
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Profesi.....	45
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	46
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	47
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga.....	48
Tabel 4.9 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Desain Produk.....	49
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli Ulang.....	50
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	53
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> .....	54
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i> .....	55
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion)</i> .....	56

Tabel 4.15 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Nilai R-Square.....	58
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis.....	59



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Indonesia menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin.....	1
Gambar 1.2 Kategori Produk Terfavorit oleh Responden Laki-laki dan Perempuan pada Layanan <i>e-commerce</i> Tokopedia dan Shopee.....	2
Gambar 1.3 Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor.....	3
Gambar 2.1 Model Rerangka Konseptual Penelitian.....	31
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS.....	52
Gambar 4.2 Hasil Uji Bootstrapping.....	60



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	71
Lampiran 2 Hasil Kuesioner.....	76
Lampiran 3 Output SPSS 23.....	83
Lampiran 4 Hasil Outpus PLS.....	87

