



**ANALISIS PENGARUH SERVICE QUALITY DAN PRICE
FAIRNESS TERHADAP REPURCHASE INTENTION
MELALUI CUSTOMER SATISFACTION
KLINIK NATASHA SKIN CARE
(Studi pada Pelanggan DKI Jakarta)**

TESIS
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
EIRENE NIFATI PANGKEY GULO
55121110094

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2024



**ANALISIS PENGARUH SERVICE QUALITY DAN PRICE
FAIRNESS TERHADAP REPURCHASE INTENTION
MELALUI CUSTOMER SATISFACTION
KLINIK NATASHA SKIN CARE
(Studi pada Pelanggan DKI Jakarta)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Magister
Manajemen

**EIRENE NIFATI PANGKEY GULO
55121110094**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2024**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh service quality dan price fairness terhadap repurchase intention, dengan customer satisfaction sebagai variabel mediasi. Objek penelitian ini adalah pelanggan Natasha Skin Care. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 150 responden, yang dipilih dengan metode nonprobability sampling menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui data primer, yang diperoleh langsung melalui wawancara, observasi, dan distribusi kuesioner, serta data sekunder yang berasal dari sumber yang sudah ada. Analisis data menggunakan Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa service quality secara signifikan meningkatkan customer satisfaction dan mendorong repurchase intention. Selain itu, price fairness juga memiliki pengaruh positif terhadap customer satisfaction dan repurchase intention. Customer satisfaction terbukti berperan sebagai mediator utama dalam hubungan antara service quality, price fairness, dan repurchase intention. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat membantu Natasha Skin Care dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri kecantikan.

Kata Kunci: Service Quality, Price Fairness, Customer Satisfaction, Repurchase Intention, Beauty Clinic, Natasha Skin Care

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality and price fairness on repurchase intention, with customer satisfaction as a mediating variable. The object of this research is the customers of Natasha Skin Care. The sample consists of 150 respondents, selected using a non-probability sampling method with the purposive sampling technique, based on specific criteria relevant to the research objectives. Data collection was conducted through primary data, obtained directly via interviews, observations, and questionnaire distribution, as well as secondary data from existing sources. The data analysis was carried out using the Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS). The results indicate that service quality significantly enhances customer satisfaction and encourages repurchase intention. Furthermore, price fairness also has a positive effect on both customer satisfaction and repurchase intention. Customer satisfaction is confirmed to act as the primary mediator in the relationship between service quality, price fairness, and repurchase intention. The implications of this study are expected to help Natasha Skin Care formulate strategies to enhance customer loyalty amid fierce competition in the beauty industry.

Keywords: Service Quality, Price Fairness, Customer Satisfaction, Repurchase Intention, Customer Loyalty, Beauty Clinic, Natasha Skin Care

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Service Quality dan Price Fairness terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction pada Klinik Natasha Skin Care (Studi pada Pelanggan DKI Jakarta)

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Eirene Nifati Pangkey Gulo

NIM : 55121110094

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 25 Oktober 2024

Mengesahkan

Pembimbing



(Dr. Mudji Sabar, SE, MBA)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Magister Manajemen



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



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M.)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Analisis Pengaruh Service Quality dan Price Fairness terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction pada Klinik Natasha Skin Care (Studi pada Pelanggan DKI Jakarta)

Nama : Eirene Nifati Pangkey Gulo

NIM : 55121110094

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 25 Oktober 2024

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, 25 Oktober 2023



Eirene Nifati Pangkey Gulo



PERNYATAAN SIMILARITY CHECK
/SIMILARITY CHECK STATEMENT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh
/The undersigned, hereby declare that the scientific work written by

Nama */Name* : Eirene Nifati Pangkey Gulo
NIM */Student id Number* : 55121110094
Program Studi */Study program* : S2 Manajemen

dengan judul:
/The title:

“ANALISIS PENGARUH SERVICE QUALITY DAN PRICE FAIRNESS TERHADAP
REPURCHASE INTENTION MELALUI CUSTOMER SATISFACTION
KLINIK NATASHA SKIN CARE
(Studi pada Pelanggan DKI Jakarta)”

telah dilakukan pengujian plagiasi (*similarity*) dengan sistem **Turnitin** pada tanggal:
/Has undergone a plagiarism (similarity) check using the Turnitin system on the date:

9 Oktober 2024

didapatkan nilai persentase sebesar:
and the similarity percentage obtained was:

19 %

Jakarta, 9 Oktober 2024

Head of FEB Administrator



scan or [click here](#) for verify

Ahmad Faqih, S.E., M.M.

PIC: dena | No. Registrasi: 06-SIMT049

Dokumen digital ini telah diverifikasi menggunakan QR code.
/This digital document has been verified using a QR code.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya sehingga tesis ini yang berjudul “Analisis Pengaruh Service Quality dan Price Fairness terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction pada Klinik Natasha Skin Care (Studi pada Pelanggan DKI Jakarta)” dapat diselesaikan dengan baik.

Tesis ini saya susun sebagai bentuk pemenuhan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Pemasaran. Alasan saya memilih topik ini adalah karena ketertarikan saya terhadap dunia kecantikan, khususnya industri kecantikan yang mengalami perkembangan pesat sejak pandemi Covid-19. Selain itu, saya sendiri juga merupakan pelanggan Natasha Skin Care dan merasa topik ini relevan dengan minat pribadi dan tren yang sedang berkembang.

Dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan dan fasilitas untuk menyelesaikan pendidikan ini.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana, atas arahan dan bimbingan yang diberikan selama proses pendidikan.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, M.M., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan motivasi dan dukungan dalam penyelesaian studi ini.
4. Dr. Mudji Sabar, SE, MBA, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan sabar dan penuh perhatian dalam setiap tahap penyusunan tesis ini.
5. Dr. Dudi Permana, Ph.D., selaku ketua sidang dan dosen penguji, yang telah memberikan saran dan masukan berharga yang sangat membantu dalam penyempurnaan tesis ini.
6. Mas Wahyu Wibowo, Ph.D., sebagai dosen penguji, yang juga telah memberikan pandangan dan masukan konstruktif yang sangat berarti.
7. Kedua orang tua saya yang selalu mendukung dengan doa dan semangat.
8. Suami saya, Rapsodi Anugerah Telaumbanua, yang dengan penuh kasih sayang memberikan dukungan moral dan motivasi selama proses pengerjaan tesis ini.

9. Klinik Natasha Skin Care, yang telah memberikan kesempatan untuk menjadi objek penelitian dan membantu dalam pengumpulan data.

Perjalanan menyelesaikan tesis ini penuh tantangan, termasuk penundaan selama satu tahun karena pernikahan dan kehamilan. Saya bersyukur dapat menyelesaikan tesis ini tepat waktu dan meraih nilai yang memuaskan. Gelar ini saya persembahkan sebagai hadiah untuk buah hati kami yang akan lahir.

Saya menyadari juga bahwa tesis ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, saya mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif dari berbagai pihak. Semoga tesis ini bermanfaat dan menambah pengetahuan, baik bagi peneliti maupun pembaca.



Jakarta, 25 Oktober 2024

Eirene Nifati Pangkey Gulo

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
SIMILARITY CHECK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Kontribusi Penelitian	9
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Service Quality.....	10
2.1.2 Price Fairness	13
2.1.3 <i>Repurchase Intention</i> (Minat Beli Ulang)	14
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Konsumen)	17
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.3. Pengembangan Hipotesis	26
2.3.1 Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction	27
2.3.2 Pengaruh Service Quality terhadap Repurchase Intention	27
2.3.3 Pengaruh Price Fairness terhadap Customer Satisfaction.....	28

2.3.4 Pengaruh Price Fairness terhadap Repurchase Intention.....	28
2.3.5 Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Repurchase Intention	28
2.3.6 Pengaruh Service Quality terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction	29
2.3.7 Pengaruh Price Fairness terhadap Repurchase Intention melalui Customer Satisfaction	29
2.3.2 Kerangka Konseptual	30
BAB III	32
METODE PENELITIAN.....	32
3.1. Desain Penelitian	32
3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	32
3.2.1 Definisi Variabel	32
3.2.2. Operasionalisasi Variabel	33
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel	37
3.4. Metode Pengumpulan Data	38
3.5. Metode Analisis Data	39
3.5.1. Analisis Data Deskriptif.....	39
3.5.2.1. Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	40
3.5.2.2. Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	42
3.5.2.3. Pengujian Hipotesis	44
BAB IV	47
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
4.2 Statistik Deskriptif	48
4.2.1 Deskriptif Responden	48
4.2.2 Deskripsi Variabel.....	50
4.3 Hasil Analisis Data.....	55
4.3.2 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	63
4.3.2.1 Koefisien Determinasi (R^2)	63
4.3.3 Pembahasan Pengujian Hipotesis.....	69

4.3.3.1 Pengujian Hipotesis Langsung	69
4.3.5 Kesimpulan Pembahasan Hipotesis.....	73
BAB V.....	76
SIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Simpulan	76
5.2 Saran	78
5.2.1 Saran Praktis	78
5.2.2 Saran Teoritis	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN	85



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Top Brand Index	2
Tabel 1.2 Pra Survei	6
Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 1.4 Operasionalisasi Variabel	33
Tabel 1.5 Skala Likert	38
Tabel 1.6 Karakteristik Responden	51
Tabel 1. 7 Jawaban Responden Terhadap Indikator Service Quality	53
Tabel 1. 8 Jawaban Responden Terhadap Price Fairness	54
Tabel 1. 9 Jawaban Responden Terhadap Indikator Repurchase Intention	55
Tabel 2. 0 Jawaban Responden Terhadap Indikator Customer Satisfaction	56
Tabel 2. 1 Hasil Pengujian Convergent Validity	59
Tabel 2.4 Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE)	60
Tabel 2.2 Hasil Pengujian Cross loading	61
Tabel 2.3 Hasil Pengujian Discriminant validity (Fornell Larcker)	62
Tabel 2.4 Hasil Pengujian Discriminant validity (Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT))	62
Tabel 2.4 Hasil Pengujian Composite Reliability & Cronbach's Alpha	63
Tabel 2.5 Hasil Uji Nilai R-Square	64
Tabel 2.6 Hasil Uji Nilai F-Square	66
Tabel 2.7 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	68
Tabel 2.8 Hasil Uji VIF	69
Tabel 4.20 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Langsung	71
Tabel 4. 21 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Tidak Langsung	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Chart Index Natasha Skin Care	3
Gambar 1.2 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4. 1 Outer model Convergent Validity	58
Gambar 4. 1 Outer model Convergent Validity	58



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2. Pra Survei Penelitian	88
Lampiran 3. <i>Output Smart PLS</i>	90
Lampiran 4. <i>Similarity Check</i>	94

