



**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN HARGA
SERTA KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT
PENGULANGAN *TREATMENT* DENGAN PRODUK HIJAU
SEBAGAI VARIABEL MODERATOR**

TESIS

**BOBBY CHANDRA
55123120053**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

2025



**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN HARGA
SERTA KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT
PENGULANGAN *TREATMENT* DENGAN PRODUK HIJAU
SEBAGAI VARIABEL MODERATOR**

TESIS

**BOBBY CHANDRA
55123120053**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

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

2025

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of perceived product quality, price, and service quality on repeat treatment intention at beauty clinics in Jakarta, with green products as a moderating variable. The phenomenon of increasing awareness of health and environmental sustainability has given rise to a trend of using green products in various sectors, including the beauty industry. However, there is still a lack of comprehensive research examining how preferences for green products influence consumers' decisions to repeat treatments. The population of this study is consumers who have undergone treatment and have the intention to repeat treatment at beauty clinics in Jakarta. The research sample will be taken from five beauty clinics located in Jakarta. Respondent criteria include consumers who have undergone treatment at the clinic and are willing to participate in the study. Data will be collected through questionnaires, then analyzed using SEM-PLS. The results of the study indicate that perceived product quality, perceived price, and service quality have a significant positive effect on repeat treatment intention. Furthermore, green products were found to moderate the relationship between perceived product quality and repeat treatment intention with a significant negative direction, conversely, green products moderate the relationship between perceived price and service quality and repeat treatment intention with a significant positive direction.

Keywords: product quality perception, price, service quality, repeat order intention, Green products

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap niat pengulangan *Treatment* pada klinik kecantikan di Jakarta, dengan produk hijau sebagai variabel moderator. Fenomena peningkatan kesadaran akan kesehatan dan keberlanjutan lingkungan memunculkan tren penggunaan produk hijau di berbagai sektor, termasuk industri kecantikan. Meskipun demikian, masih belum banyak penelitian yang secara komprehensif mengkaji bagaimana preferensi terhadap produk hijau memengaruhi keputusan konsumen untuk kembali melakukan *Treatment*. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan *Treatment* dan memiliki niat untuk melakukan pengulangan *Treatment* di klinik kecantikan di Jakarta. Sampel penelitian akan diambil dari lima klinik kecantikan yang berlokasi di Jakarta. Kriteria responden meliputi konsumen yang telah melakukan *Treatment* di klinik tersebut dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian. Data akan dikumpulkan melalui kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap niat pengulangan *treatment*. Lebih lanjut, produk hijau ditemukan memoderasi hubungan antara persepsi kualitas produk terhadap niat pengulangan *treatment* dengan arah negatif signifikan, sebaliknya, produk hijau memoderasi hubungan antara persepsi harga dan kualitas layanan terhadap niat pengulangan *treatment* dengan arah positif signifikan.

Kata kunci: persepsi kualitas produk, harga, kualitas layanan, repeat order intention, produk hijau

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Harga Serta Kualitas Layanan Terhadap Niat Pengulangan *Treatment* Dengan Produk Hijau sebagai Variabel Moderator

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Pemasaran

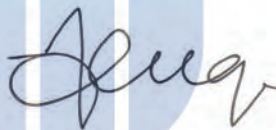
Nama : Bobby Chandra

NIM : 55123120053

Program : Magister Manajemen

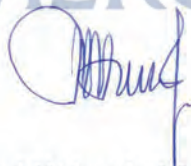
Tanggal : 21 Agustus 2025

Mengesahkan Pembimbing,



(Dr. Alugoro Mulyowahyudi, 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 Persepsi Kualitas Produk dan Harga Serta Kualitas Layanan Terhadap Niat Pengulangan *Treatment* Dengan Produk Hijau sebagai Variabel Moderator

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Pemasaran

Nama : Bobby Chandra

NIM : 55123120053

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 21 Agustus 2025

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 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, 21 Agustus 2025

Yang memberi pernyataan,



Bobby Chandra

NIM. 55123120053

**PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI (SIMILARITY)
KARYA ILMIAH**
/SIMILARITY CHECK STATEMENT FOR SCIENTIFIC WORKS

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* : BOBBY CHANDRA
NIM */Student id Number* : 55123120053
Program Studi */Study program* : S2 Manajemen

dengan judul:
/The title:

“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN HARGA SERTA KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT PENGULANGAN TREATMENT DENGAN PRODUK HIJAU SEBAGAI VARIABEL MODERATOR”

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

09 September 2025

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

9 %

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 09 September 2025
**Kepala Administrasi/ Tata Usaha
FEB Universitas Mercu Buana**
/Head of FEB Administrator



scan or [click here](#) for verify

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

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Harga Serta Kualitas Layanan Terhadap Niat Pengulangan *Treatment* Dengan Produk Hijau sebagai Variabel Moderator. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada **Dr. Alugoro Mulyowahyudi, MM.**, selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini. 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 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, MM, selaku Ketua Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana..
4. Dr. Lenny C. Nawangsari, MM selaku ketua penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Tesis ini.
5. Dudi Permana, Ph.D, selaku dosen penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan dan saran agar Tesis ini menjadi lebih baik.
6. Teristimewa, istri tercinta Rini Anggraeni, SP, dan kedua anak tercinta Lifya Chandra dan Fawwaz Chandra, yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini

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

Jakarta, 21 Agustus 2025

Bobby Chandra



DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI (<i>SIMILARITY</i>)	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	15
1.3. Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kontribusi Penelitian.....	16
1.4.1 Kontribusi Praktis.....	16
1.4.2 Kontribusi Teoritis	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	18
2.1 Kajian Teori.....	18
2.1.1 <i>Means-End Chain Theory</i>	18
2.1.2 <i>Feelings-as-Information Theory</i>	18
2.1.3 Integrasi Teori <i>Means-End Chain</i> dan <i>Feelings-as-Information</i>	19
2.1.4 <i>Repeat Treatment Intention</i>	21
2.1.5 Persepsi Kualitas Produk.....	22
2.1.6 Persepsi Harga Produk	23
2.1.7 Kualitas Pelayanan	24
2.1.8 Produk Hijau (<i>Green product</i>)	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3. Pengembangan Hipotesis	28
2.3.1 Kualitas Produk dan <i>Intention Repeat Treatment</i>	28
2.3.2 Harga Produk dan <i>Intention Repeat Treatment</i>	29

2.3.3 Kualitas Pelayanan dan <i>Intention Repeat Treatment</i>	29
2.3.4 Produk Hijau dalam Memoderasi Pengaruh Kualitas Produk.....	30
2.3.5 Produk Hijau dalam Memoderasi Pengaruh Harga Produk	30
2.3.6 Produk Hijau dalam Memoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Desain Penelitian	33
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	33
3.2.1 <i>Intention Repeat Order (Dependent Variable)</i>	33
3.2.2 Persepsi Kualitas Produk (<i>Independent Variable</i>)	34
3.2.3 Persepsi Harga Produk (<i>Independent Variable</i>).....	34
3.2.4 Kualitas Pelayanan (<i>Independent Variable</i>).....	34
3.2.5 Produk Hijau / <i>Green product (Moderation Variable)</i>	35
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data	39
3.5 Metode Analisis Data	39
3.5.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	39
3.5.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.2 Pembersihan Data (<i>Cleaning Data</i>)	45
4.3 Statistik Deskriptif.....	46
4.3.1 Deskripsi Responden.....	47
4.3.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.3.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	49
4.3.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	50
4.3.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Klinik.....	52
4.3.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi <i>Treatment</i>	53
4.3.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis <i>Treatment</i>	54
4.4 Hasil Analisis Data SEM-PLS	55

4.4.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	57
4.4.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	65
4.5 Pembahasan	76
4.5.1 Kualitas Produk dan <i>Repeat Treatment Intention</i>	76
4.5.2 Persepsi Harga Produk dan <i>Repeat Treatment Intention</i>	79
4.5.3 Kualitas Pelayanan dan <i>Repeat Treatment Intention</i>	81
4.5.4 Produk Hijau dalam Memoderasi Pengaruh Kualitas Produk.....	84
4.5.5 Produk Hijau dalam Memoderasi Pengaruh Harga Produk	88
4.5.6 Produk Hijau dalam Memoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	96
5.2.1. Saran Bagi Manajerial	96
5.2.2. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	97
DAFTAR PUSTAKA	99



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	35
Tabel 4. 1. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4. 2. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. 3. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan	51
Tabel 4. 4. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Klinik	52
Tabel 4. 5. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Treatment	53
Tabel 4. 6. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Treatment	54
Tabel 4. 7. Hasil Uji Validitas Konvergen	59
Tabel 4. 8. Hasil Uji Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	61
Tabel 4. 9. Hasil Uji Composite Reliability (CR)	62
Tabel 4. 10. Hasil Uji Cronbach's Alpha	63
Tabel 4. 11. Hasil Uji Model Fit (GoF).....	64
Tabel 4. 12. Hasil Uji r-Square	66
Tabel 4. 13. Hasil Uji Q ²	67
Tabel 4. 14. Hasil Uji Pengaruh Langsung.....	68
Tabel 4. 15. Hasil Uji Pengaruh Moderasi	70
Tabel 4. 16. Hasil Uji Pengujian Effect size (f ²)	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Pola Pengeluaran Konsumen Indonesia	2
Gambar 1. 2.12 SDGs	11
Gambar 1. 3. Macam dan Perbedaan BioStimulator Non Ha	13
Gambar 2. 1. Kerangka Pikir Penelitian.....	32
Gambar 4. 1. Path Diagram Model Penelitian	57
Gambar 4. 2. Konstruk Utama Uji Model Struktural (Outer Model)	58
Gambar 4. 3. Konstruk Utama Uji Model Struktural (Inner Model)	66
Gambar 4. 4. Pengujian Slope Analysis Moderating Effect 1	72
Gambar 4. 5. Pengujian Slope Analysis Moderating Effect 2	73
Gambar 4. 6. Pengujian Slope Analysis Moderating Effect 3	74

