

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA CHARLES AND KEITH DI SURABAYA**



Disusun Oleh:
CICILIA RACHEL SANTOSO
3103015164

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA
CHARLES AND KEITH
DI SURABAYA**

**SKRIPSI S1
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen**

**OLEH
CICILIA RACHEL SANTOSO
3103015164**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA
CHARLES AND KEITH
DI SURABAYA

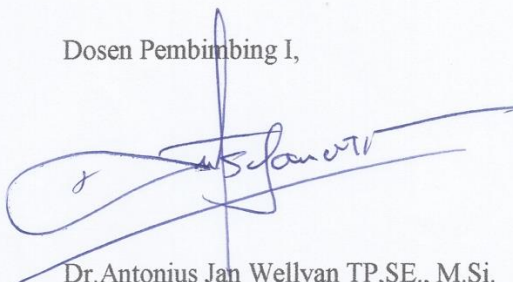
Oleh :

CICILIA RACHEL SANTOSO

3103015164

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing I,

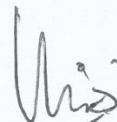


Dr. Antonius Jan Wellyan TP, SE., M.Si.

NIDN: 0721017201

Tgl: 20-12-2019

Dosen Pembimbing II



Maria Mia Kristanti SE., MM.

NIDN : 0726016901

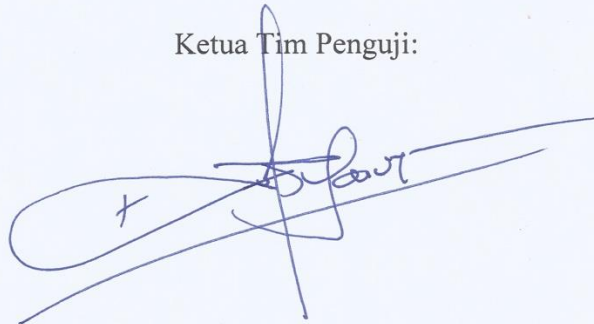
Tgl: 18/12/2019.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Cicilia Rachel Santoso, NRP: 3103015164

Telah diuji pada tanggal 17 Januari 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



(Dr. Antonius Jan Wellyan TP, SE., M. Si.)

NIDN. 0721017201

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicius Lasdi. MM., Ak., CA
NIDN. 0713097203

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L. SE. MSc
NIDN. 0703087902

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cicilia Rachel Santoso

NRP : 3103015164

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga, Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Pada Charles and Keith di Surabaya

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Desember 2019
Yang Menyatakan



Cicilia Rachel Santoso

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas semua rahmat, kasih karunia, dan anugerah yang telah dilimpahkanNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Harga, Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Charles and Keith di Surabaya” ini dengan baik. Tujuan dari penulisan skripsi ini untuk menyelesaikan persyaratan kelulusan pada masa kuliah dan meraih Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam pengerjaan skripsi ini, penulis dibantu oleh beberapa pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus karena telah memberkati penulis dalam mengerjakan skripsi.
2. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM, AK., CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Dr. Antonius Jan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing pertama yang telah menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan, dan mengarahkan penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
5. Ibu Maria Mia Kristanti, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing kedua yang telah senantiasa membantu, membimbing, dan memberi pengarahan dengan baik dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen, khususnya dosen rumpun Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Keluarga penulis yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir.

8. Orang terdekat penulis, Jonathan Timotius Subekty yang selalu mendukung, membantu, mendoakan dan memberikan semangat selama penulisan tugas akhir skripsi kepada penulis.
9. Sahabat-sahabat penulis yaitu Caroline dan Jessica yang sudah membantu dan mensupport saya dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang ada pada penulisan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis menerima segala saran dan kritik yang membangun agar penulisan Tugas Akhir ini menjadi sempurna. Akhir kata semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 13 Januari 2020

Cicilia Rachel Santoso

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.2 Penelitian Terhadulu.....	12
2.3 Pengembangan Hipotesis	14
2.4 Model Penelitian	18
BAB 3. METODE PENELITIAN	19
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Identifikasi Penelitian, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	19
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	19
3.2.2 Definisi Operasional.....	20
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	21
3.3 Jenis dan Sumber Data	22
3.4 Metode Pengumpulan Data	22
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan.....	23
3.6 Analisis Data	24
3.6.1 Uji Validitas.....	24
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	24
3.6.3 Uji Normalitas.....	25
3.6.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	25
3.6.5 Uji Kecocokan Model Struktural	26
3.6.6 Uji Hipotesis.....	27
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	28
4.2 Deskripsi Data.....	28
4.2.1 Karakteristik Responden.....	28
4.2.2 Statistik Deskriptif Jawaban Responden	29

1. Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	30
2. Statistik Deskriptif Variabel Harga	31
3. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen ..	32
4. Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang	33
4.3 Hasil Analisis Data.....	33
4.3.1 Uji Normalitas.....	33
4.3.2 Uji Validitas.....	35
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	35
1. <i>Construct Reliability</i> Variabel Citra Merek	36
2. <i>Construct Reliability</i> Variabel Harga	36
3. <i>Construct Reliability</i> Variabel Kepuasan Konsumen	37
4. <i>Construct Reliability</i> Variabel Minat Beli Ulang ..	37
4.3.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	38
4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural.....	38
4.3.6 Uji Hipotesis.....	40
4.4 Pembahasan.....	41
4.4.1 Pengaruh Cita Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	41
4.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	41
4.4.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang	42
4.4.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen	43
4.4.5 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen	44
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	45
5.1 Simpulan.....	45
5.2 Keterbatasan.....	46
5.3 Saran.....	46
5.3.1 Saran Teoritis	46
5.3.2 Saran Praktis	46
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Store Charles and Keith	4
Tabel 2.1 Perbandingan peneliti terdahulu dan penelitian sekarang ..	13
Tabel 4.1 Usia	28
Tabel 4.2 Domisili	28
Tabel 4.3 Pekerjaan	29
Tabel 4.4 Interval rata-rata skor	30
Tabel 4.5 Statistic Deskriptif Variabel Citra Merek	30
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Harga	31
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	32
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang	32
Tabel 4.9 Tabel <i>Univariate Normality</i>	34
Tabel 4.10 Tabel <i>Multivariate Normality</i>	34
Tabel 4.11 Tabel Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> CM	36
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> H	36
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> KK	37
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> MBU	37
Tabel 4.16 Uji Kecocokan Model Struktural	38
Tabel 4.17 <i>Structural Equation</i>	39
Tabel 4.18 Pengajuan Hipotesis	40

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1:	Kuesioner
Lampiran 2:	Hasil Kuesioner
Lampiran 3:	Karakteristik Responden
Lampiran 4:	Statistik Deskriptif
Lampiran 5:	Uji Normalitas
Lampiran 6:	Uji Validitas
Lampiran 7:	Reliabilitas
Lampiran 8:	Output Sem
Lampiran 9:	Path Diagram

ABSTRAK

Perkembangan jaman pada era globalisasi ini, terutama dalam bidang *fashion* selalu mengalami peningkatan dan perkembangan. Perusahaan pada bidang *fashion* berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik dalam bidangnya, dari segi desain, harga, kualitas, produk yang mereka tawarkan dan tonjolkan. Karena *fashion* menjadi sebuah penunjang gaya hidup seseorang maka setiap konsumen akan selalu mencari produk - produk yang dapat menonjolkan diri mereka masing-masing. Charles and Keith merupakan sebuah perusahaan dalam bidang *fashion* yang menawarkan beberapa produk yang di gemari oleh para wanita sebagai penunjang gaya hidup dan *fashion* mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *brand image* dapat mempengaruhi minat beli ulang melalui kepuasan konsumen, dan apakah harga dari produk Charles and Keith dapat mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan Charles and Keith. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 sampel dengan Teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuisioner kepada pembeli lama ataupun pembeli baru dari perusahaan *brand* Charles and Keith. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SEM dan *software* LISREL.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang konsumen terhadap produk, Charles and Keith. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas dari produk Charles and Keith mempengaruhi minat beli ulang konsumen terhadap produk.

Kata Kunci : *Citra Merek, Harga, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang*

***The Effect of Brand Image, Price, Customers Satisfaction to Repurchase
Intention at Charles and Keith in Surabaya***

ABSTRACT

The development in this area of globalization especially in the sector of fashion is always increasing and developing. Companies in the sector of fashion are competing to be the best in their sector, in term of design, price, and quality the products they offer and highlight. Fashion is a lifestyle supporter, every consumer will always look for products that can help themselves. Charles and Keith a fashion company that offer a number of products favored by women to support their lifestyle and fashion.

This study aims to determine whether brand image can influence repurchase interest through customer satisfaction, and whether the price of Charles and Keith products can influence consumer used was the company of Charles and Keith. The research sample used in this study were 150 samples with purposive sampling techniques. The data used are primary data obtained by distributing questionnaires to old buyers or new buyers from Charles and Keith. The data analysis technique used in this study uses SEM application and LISREL software.

The result showed that brand image had a significant effect on consumers repurchase interest in the products influences consumer repurchase interest in the product.

Word Key : Brand Image, Price, Customer Satisfaction, Repurchase Interest.