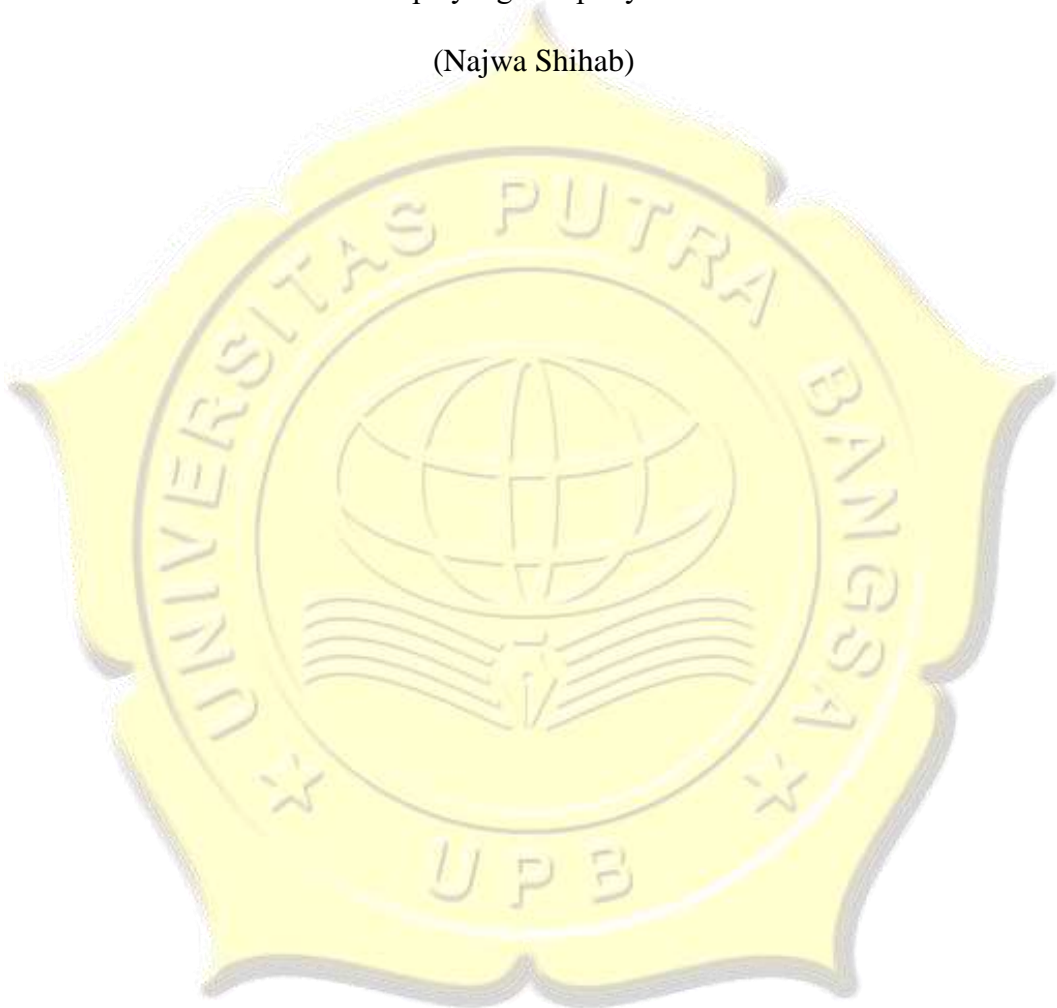


MOTTO

“Hidup yang tidak dipertaruhkan tidak akan pernah dimenangkan,
dan untuk memulai hal yang baru mencoba sesuatu yang lain
memang terkadang kita harus berani mempertaruhkan
apa yang kita punya”

(Najwa Shihab)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji hanya bagi Allah SWT Tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat, kesehatan, hidayah, rezeki, dan segala karunia yang telah terlimpah kepada penulis sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan dengan baik.

Karya tulis ini, penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yang tidak pernah lelah memberikan do'a dan semangat kepada saya.
2. Kakak perempuan saya Ayu Agustin Ika Pratama yang memberikan semangat dan bantuan materi.
3. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada teman-teman seperjuangan kelas Reguler C 2019 dan kelas Reguler E 2022, yang saling memberikan semangat dan saling membantu.
5. Semua civitas akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen dan semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi dari awal sampai akhir.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Consumer Satisfaction* Terhadap *Repurchase Intention* Produk Scarlett Whitening di Kabupaten Kebumen baik secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini populasi berjumlah 100 responden dan semuanya diambil sebagai sampel. Pengumpulan data melalui kuesioner, analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 25. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode kuantitatif, sedangkan teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap variabel *Repurchase Intention*, variabel *Product Quality* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Repurchase Intention*, dan variabel *Consumer Satisfaction* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Repurchase Intention*. Serta *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Consumer Satisfaction* secara simultan berpengaruh terhadap *Repurchase Intention*.

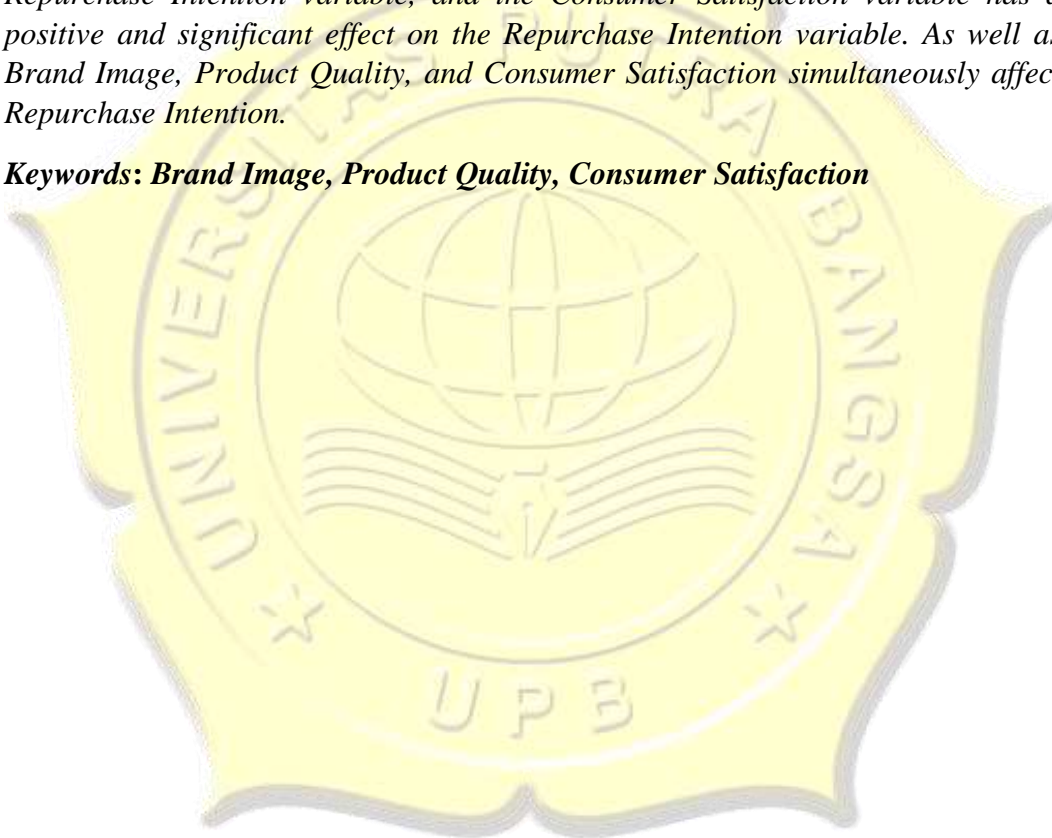
Kata Kunci: *Brand Image*, *Product Quality*, *Consumer Satisfaction*



ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of Brand Image, Product Quality, and Consumer Satisfaction on Repurchase Intention of Scarlett Whitening Products in Kebumen Regency, both partially and simultaneously. In this study the population numbered 100 respondents and all were taken as samples. Data collection through questionnaires, data analysis in this study using SPSS version 25. The sampling technique uses quantitative methods, while the data testing techniques used in this study include validity testing, reliability testing, normality testing, hypothesis testing. The results of the analysis show that partially the Brand Image variable has no effect on the Repurchase Intention variable, the Product Quality variable has a positive and significant effect on the Repurchase Intention variable, and the Consumer Satisfaction variable has a positive and significant effect on the Repurchase Intention variable. As well as Brand Image, Product Quality, and Consumer Satisfaction simultaneously affect Repurchase Intention.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Consumer Satisfaction



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan karya tulis ilmiah (skripsi) yang berjudul **“PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *CONSUMER SATISFACTION* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PRODUK SCARLETT WHITENING (Studi pada masyarakat di Kabupaten Kebumen)”**.

Skripsi merupakan salah satu persyaratan guna memperoleh gelar sarjana strata 1 pada jurusan manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Selama proses skripsi ini penulis mendapatkan tantangan-tantangan dalam dunia penelitian ilmiah. Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, baik dari segi penyusunan, tata bahasa maupun data-data yang dituliskan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan waktu, kemampuan dan pengetahuan penulis. Meskipun demikian penulis berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan yang penulis miliki dan bimbingan serta arahan dari Dosen Pembimbing, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah (Skripsi) ini dengan baik.

Pada kesempatan ini, penulis merasa perlu untuk berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan baik moril maupun material sehingga laporan ini dapat diselesaikan tepat waktunya, antara lain kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

2. Kedua orang tua tercinta yang tidak pernah lelah memberikan do'a dan semangat kepada saya.
3. Kepada teman-teman seperjuangan kelas Reguler C 2019 dan kelas Reguler E 2022, yang saling memberikan semangat dan saling membantu.
4. Semua civitas akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen dan semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi dari awal sampai akhir.

Atas perhatian dari semua pihak yang membantu penulis dalam menyusun Karya Ilmiah ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih, Semoga Karya tulis ini bermanfaat bagi semua pihak yang bersangkutan.

Kebumen, 21 Januari 2023

Penulis,



Irmanda Dwi Prasetyo

NIM: 195503702

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN UJIAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS DAN PERSETUJUAN	vi
MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Batasan Masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Manfaat Penelitian.....	19
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	19
1.5.2 Manfaat Praktis	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Landasan Teori	21
2.1.1 <i>Repurchase Intention</i> (Minat Beli Ulang).....	21
2.1.2 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	25
2.1.3 <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk)	29
2.1.4 <i>Consumer Satisfaction</i> (Kepuasan Konsumen).....	35
2.2 Penelitian Terdahulu.....	40

2.3	Hubungan Antar Variabel.....	52
2.4	Model Empiris	56
2.5	Hipotesis	57
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	59
3.1	Subyek dan Obyek Penelitian.....	59
3.2	Variabel Penelitian	59
3.3	Definisi Operasional Variabel	59
3.3.1	<i>Repurchase Intention</i> (Minat Beli Ulang).....	59
3.3.2	<i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	60
3.3.3	<i>Product Quality</i> (Kualitas Produk)	61
3.3.4	<i>Consumer Satisfaction</i> (Kepuasan Konsumen).....	62
3.4	Metode Pengumpulan Data	63
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data	65
3.6	Populasi dan Sampel.....	68
3.7	Teknik Analisis Data	70
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	82
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	82
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	82
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	83
4.2	Analisis Deskriptif.....	84
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	85
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	86
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	87
4.3	Analisis Statistik/Kuantitatif	88
4.3.1	Uji Instrumen	88
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	94
4.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	98
4.3.4	Uji Hipotesis	101
4.4	Pembahasan	106
BAB V	SIMPULAN	112
5.1	Simpulan.....	112

5.2 Keterbatasan 113

5.3 Implikasi 113

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

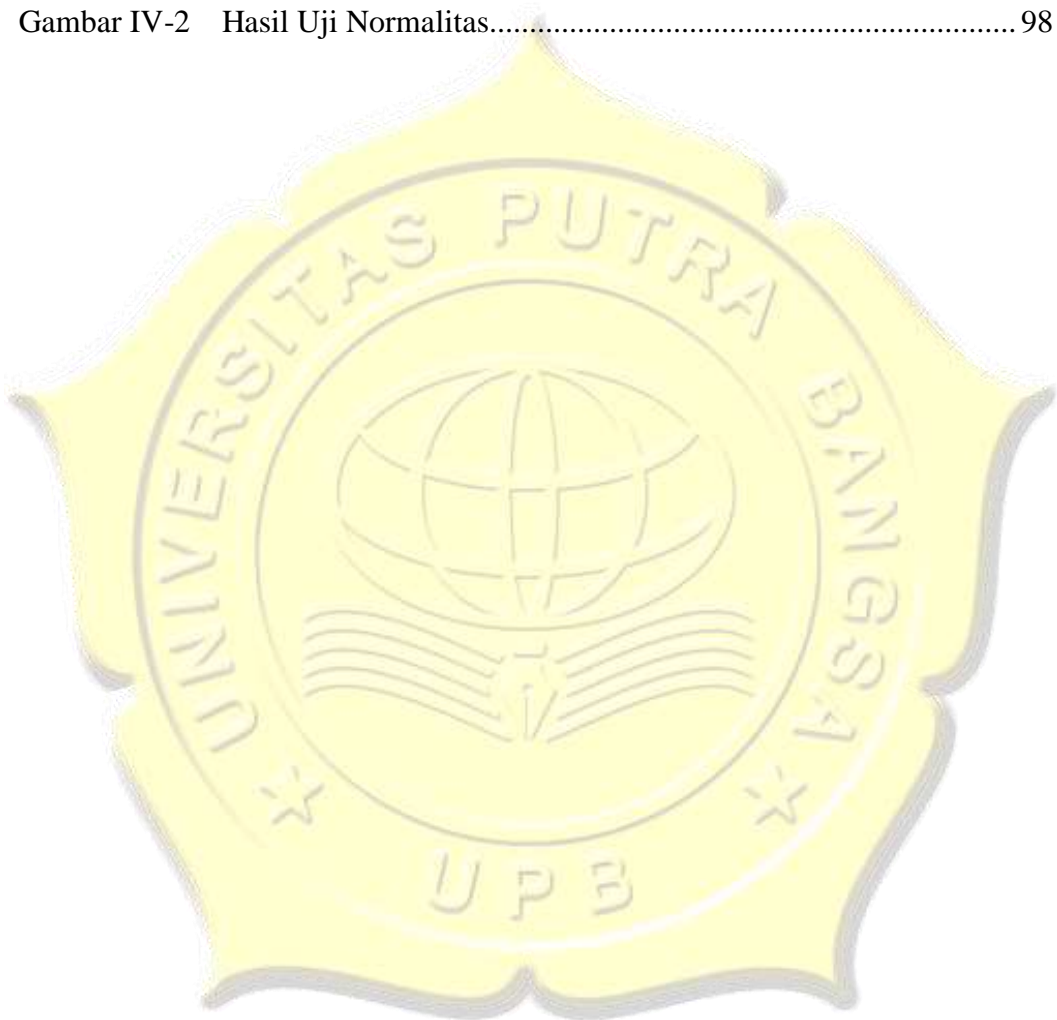


DAFTAR TABEL

Tabel I-1	Data Mini Riset.....	4
Tabel I-2	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Repurchase Intention</i>	6
Tabel II-1	Tabulasi Penelitian Terdahulu.....	51
Tabel III-1	Indikator dan Distribusi Kuesioner <i>Repurchase Intention</i>	60
Tabel III-2	Indikator dan Distribusi Kuesioner <i>Brand Image</i>	61
Tabel III-3	Indikator dan Distribusi Kuesioner <i>Product Quality</i>	62
Tabel III-4	Indikator dan Distribusi Kuesioner <i>Consumer Satisfaction</i>	63
Tabel IV-1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	84
Tabel IV-2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	85
Tabel IV-3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	86
Tabel IV-4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	87
Tabel IV-5	Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	90
Tabel IV-6	Uji Validitas Variabel <i>Product Quality</i>	90
Tabel IV-7	Uji Validitas Variabel <i>Consumer Satisfaction</i>	91
Tabel IV-8	Uji Validitas Variabel <i>Repurchase Intention</i>	92
Tabel IV-9	Hasil Uji Reliabilitas.....	93
Tabel IV-10	Hasil Uji Multikolinieritas.....	95
Tabel IV-11	Hasil Regresi Linear Berganda.....	99
Tabel IV-12	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	102
Tabel IV-13	Hasil Pengaruh Variabel.....	103
Tabel IV-14	Hasil Uji Simultan (Uji f).....	105
Tabel IV-15	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1	10 Brand <i>Skincare</i> Terlaris April-Juni Tahun 2022.....	3
Gambar I-2	Penggunaan Produk Scarlett Masyarakat Kabupaten Kebumen Tahun 2022.....	9
Gambar II-1	Model Empiris.....	57
Gambar IV-1	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	96
Gambar IV-2	Hasil Uji Normalitas.....	98



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pengantar Kuesioner
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Rekapitulasi Data Responden
- Lampiran 4 : Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 5 : Uji Validitas
- Lampiran 6 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 : Uji Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 9 : Uji Hipotesis
- Lampiran 10 : Tabel r
- Lampiran 11 : Tabel t
- Lampiran 12 : Tabel F
- Lampiran 13 : Kartu Seminar Proposal
- Lampiran 14 : Kartu Bimbingan Skripsi

