

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN
PAKAIAN ZARA DI JAKARTA PUSAT**

TUGAS AKHIR

**Adam Yola Mughni
203402516361**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN
PAKAIAN ZARA DI JAKARTA PUSAT**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

Adam Yola Mugh

203402516361



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

JAKARTA

2024

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PAKAIAN ZARA DI JAKARTA PUSAT

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 12 Februari 2024



Adam Yola Mughni

NPM : 203402516361

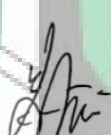
UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PAKAIAN ZARA DI JAKARTA PUSAT

Nama Mahasiswa : ADAM YOLA MUGHNI
Nomor Pokok : 203402516361
Program Studi : MANAJEMEN

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir


(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen


(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.M)

Jakarta, 12 Februari 2024



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG PAKAIAN ZARA DI JAKARTA PUSAT**

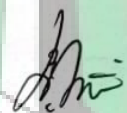
Nama Mahasiswa : **ADAM YOLA MUGHNI**

Nomor Pokok : **203402516361**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional


Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir


(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M)

Ketua Penguji

Anggota/Penguji


(Prof. Dr. Ir. Edi Sugiono, S.E., M.M.)


(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.)

Mengetahui,
Dekan



(Prof. Kusuma Dwidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D)

Jakarta, 29 Februari 2024

Tanggal Lulus: 24 Februari 2024

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PAKAIAN ZARA DI JAKARTA PUSAT

Oleh : Adam Yola Mughni
NPM : 203402516361

Skripsi ini dibawah bimbingan Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji serta menganalisis bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Produk Pakaian Zara di Jakarta Pusat. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif serta menggunakan sumber primer berupa kuesioner sebanyak 100 sampel terhadap konsumen Zara di Jakarta Pusat. Terknik analisis data yang digunakan oleh peneliti ialah menggunakan analisis kuantitatif, analisis regresi linear berganda, dan analisis koefisien determinasi dengan dibantu SPSS. Hasil dari penelitian ini ialah bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang produk pakaian Zara di Jakarta Pusat. Dari hasil penelitian ini variabel Persepsi Harga menjadi variabel dominan. Untuk saran dari hasil penelitian ini ialah perusahaan seyogianya mempertahankan kualitas pelayanan, citra merek, hingga persepsi harga sehingga minat beli ulang akan produk pakaian Zara di Jakarta Pusat akan semakin meningkat.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Persepsi Harga, Minat Beli Ulang, Zara

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE, AND PRICE PERCEPTIONS ON CONSUMER REPURCHASE INTEREST ZARA CLOTHING IN CENTRAL JAKARTA

*By : Adam Yola Mughni
NPM : 203402516361*

This thesis is under the guidance of Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M

The purpose of this study was to test and analyze how the Effect of Service Quality, Brand Image, and Price Perception on Repurchase Interest in Zara Clothing Products in Central Jakarta. In this study, researchers used quantitative methods and used primary sources in the form of a questionnaire of 100 samples of Zara consumers in Central Jakarta. The data analysis technique used by researchers is to use quantitative analysis, multiple linear regression analysis, and coefficient of determination analysis with the help of SPSS. The results of this study are that the variables of Service Quality, Brand Image, and Price Perception have a positive and significant effect on Repurchase Interest in Zara clothing products in Central Jakarta. From the results of this study, the Price Perception variable is the dominant variable. For suggestions from the results of this study, the company should maintain service quality, brand image, and price perceptions so that repurchase interest in Zara clothing products in Central Jakarta will increase.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Price Perception, Repurchase Interest, Zara

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

1. Nama : Adam Yola Mughni
2. Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 28 Februari 2001
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki
4. Alamat : Al-Baidho 1 GG.H.Saneh RT01/RW06 No.44
5. No.Handphone : 085781488748
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : Adammughniii@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2006-2012 : SD Negeri Menteng Atas 02 Jakarta Selatan
2. 2012-2015 : SMP Negeri 272 Jakarta
3. 2015-2018 : SMA Uswatun Hasanah Jakarta
4. 2020-2024 : Universitas Nasional



Jakarta, 12 Februari 2024

Adam Yola Mughni
NPM : 203402516361

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucap puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang pakaian Zara di Jakarta Pusat” dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Jurusan/Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penyusunan tugas akhir ini penulis tentunya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Prof. Kumba Digidowiseiso, S.E, M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
5. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing saya yang saya hormati yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bias tumbuh dan berkembang dalam prose belajar
7. Kedua Orang Tua penulis, Nurmala dan Sugiyono, yang selalu memberikan dukungan, yang selalu memberikan kasih sayang, doa-doa, nasihat-nasihat

selama ini, serta selalu memberikan kesabaran yang luar biasa dalam setiap langkah penulis, yang merupakan anugerah luar biasa bagi hidup penulis, penulis berharap dapat menjadi anak yang membanggakan

8. Kakak dan Adik penulis, Sarah Yola Wulandari dan Hildan Yola Baihaqi, terimakasih atas dukungan dan doanya semoga penulis selalu membanggakan
9. Kepada kekasih saya, Atariany Salsabillah yang telah memberikan dukungan kepada saya
10. Kepada Teman-Teman Kering Jaring Universitas Nasional, terima kasih sudah saling membantu dan selalu memberikan yang terbaik



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PERSETUJUAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN ABSTRAK	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
1. Tujuan Penelitian	5
2. Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Manajemen Pemasaran	7
B. Tujuan Manajemen Pemasaran	7
C. Minat Beli Ulang	8
1. Pengertian Minat Beli Ulang	8
2. Indikator Minat Beli Ulang	9
D. Kualitas Pelayanan	9
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	9
2. Indikator Pengukur Kualitas Pelayanan	10
3. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	11
E. Citra Merek	12
1. Pengertian Citra Merek	12

2.	Dimensi Citra Merek.....	13
3.	Indikator Citra Merek.....	14
F.	Persepsi Harga	14
1.	Pengertian Harga.....	14
2.	Pengertian Persepsi Harga.....	15
3.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga	16
4.	Indikator Persepsi harga.....	17
5.	Tujuan Penetapan Harga	17
G.	Keterkaitan Antar Variabel.....	18
1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Minat Beli ulang (Y).....	18
2.	Pengaruh Citra Merek (X2) Terhadap Minat Beli Ulang (Y)	19
3.	Pengaruh Persepsi Harga (X3) Terhadap Minat Beli Ulang (Y)	19
H.	Hasil Penelitian yang sesuai dengan Hasil Rujukan Penelitian.....	20
I.	Kerangka Analisis.....	24
J.	Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN		26
A.	Objek Penelitian.....	26
B.	Data Penelitian.....	26
1.	Sumber Data dan Jenis Data	26
2.	Populasi dan Sampel	27
C.	Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	28
D.	Definisi Operasional Variabel	29
1.	Variabel Independent (Bebas).....	29
2.	Variabel Dependent (Terikat)	29
E.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	30
1.	Metode Analisis	30
2.	Uji Instrumen	31
3.	Uji Asumsi Klasik.....	32
4.	Uji Kelayakan Model	34
5.	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		36
A.	Hasil Penelitian.....	36

1.	Deskripsi Data Objek Penelitian	37
2.	Karakteristik Responden	38
3.	Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	41
4.	Uji Analisis Instrument	44
5.	Uji Asumsi Klasik.....	46
6.	Uji Kelayakan Model	51
7.	Regresi Linear Berganda.....	52
8.	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	53
B.	Pembahasan	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		57
A.	Kesimpulan	57
B.	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		60



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Produk Pakaian	2
Tabel 2.1 Hasil Rujukan Penelitian.....	21
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Linkert	29
Tabel 3.3 Definisi Operasional	29
Tabel 4.1 Tabel Skor Mean Variabel Kualitas Pelayanan	41
Tabel 4.2 Tabel Skor Mean Variabel Citra Merek.....	42
Tabel 4.3 Tabel Skor Mean Variabel Persepsi Harga	43
Tabel 4.4 Tabel Skor Mean Variabel Minat Beli Ulang	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Autokorelasi	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Run Test.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	52
Tabel 4.13 Hasil Analisis Linear Berganda	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis	25
Gambar 4.1 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Gambar 4.2 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Gambar 4.3 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Gambar 4.2 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	40

