

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK PAKAIAN ZARA
DI KOTA JAKARTA**

TUGAS AKHIR

FIRYAL NADHIFAH FAIRUZ

183112340250234



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

2023

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK PAKAIAN ZARA
DI KOTA JAKARTA**

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

Oleh :

Firyal Nadhifah Fairuz

183112340250234



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

2023

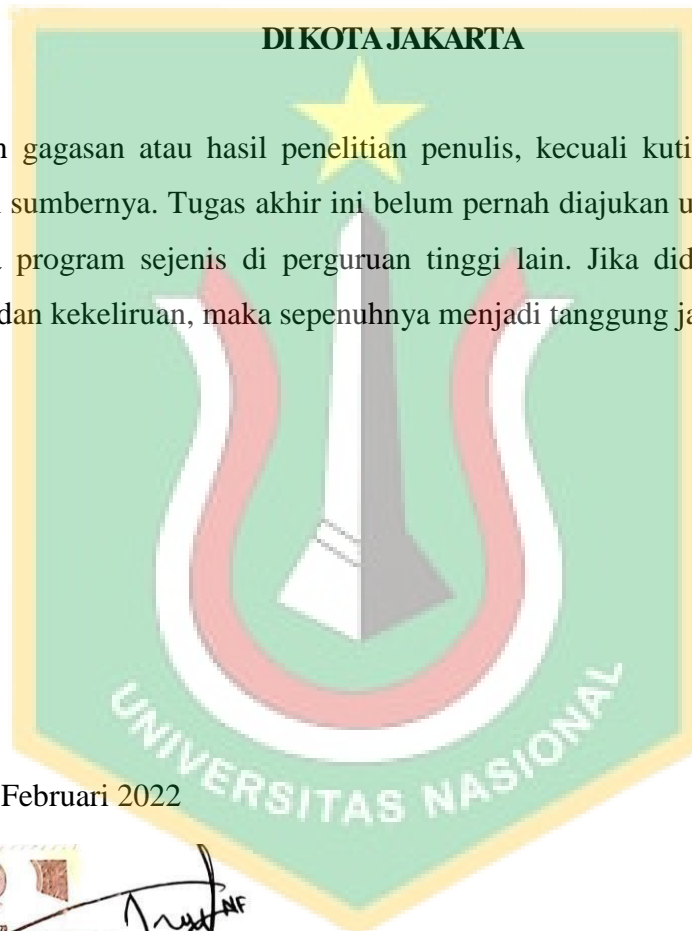
LEMBAR PERNYATAAN

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

PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK PAKAIAN ZARA

DI KOTA JAKARTA

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, 9 Februari 2022



Firyal Nadhifah Fairuz

NPM : 183112340250234

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG PAKAIAN ZARA DI KOTA JAKARTA**

Nama Mahasiswa : **FIRYAL NADHIFAH FAIRUZ**

Nomor Pokok : **183112340250234**

Program Studi : **MANAJEMEN**



Jakarta, 08 Februari 2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PERSEPSI HARGA,CITRA
MEREK,DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI ULANG PAKAIAN ZARA
DI KOTA JAKARTA**

Nama Mahasiswa : **FIRYAL NADHIFAH FAIRUZ**

Nomor Pokok : **183112340250234**

Program Studi : **MANAJEMEN**

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

Menyetujui
Pembimbing Tugas Akhir,

(Dr. Elwisam, S.E., M.M)

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji,



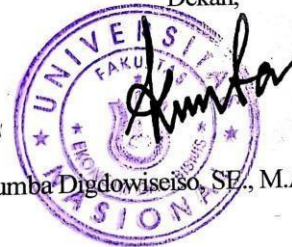
(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)



(Dr. Saharso, S.E., M.M.)

Mengetahui

Dekan,



(Kumba Digdowiseiso, SE., M.App.Ec., Ph.D)

Jakarta : 10 Maret 2023

Tanggal Lulus: 23 Februari 2023

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK PAKAIAN ZARA DI KOTA JAKARTA

Oleh : Firyal Nadhifah Fairuz

NPM. 183112340250234

Skripsi ini dibawah bimbingan Dr. Elwisam, SE., M.M.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang produk pakaian Zara di kota Jakarta. Jenis penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan menggunakan data primer. Sampel ditentukan dengan metode purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi harga, citra merek dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang produk pakaian Zara di kota Jakarta. Variabel yang mempunyai kontribusi yang besar dalam minat beli ulang produk pakaian Zara yang pertama persepsi harga, yang kedua kepuasan konsumen, dan yang ketiga citra merek. Saran persepsi harga perlu ditingkatkan untuk meningkatkan minat beli ulang produk

Kata kunci : Persepsi Harga, Citra Merek, Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE PERCEPTIONS, BRAND IMAGE, AND CONSUMER SATISFACTION ON REPURCHASING INTENTION OF ZARA CLOTHING PRODUCTS IN THE CITY OF JAKARTA

By: Firyal Nadhifah Fairuz

NPM. 183112340250234

This thesis is under the guidance of Dr. Elwisam, SE., M.M.

The purpose of this study was to see and analyze the effect of price perceptions, brand image, and consumer satisfaction on repurchasing intention of Zara clothing products in the city of Jakarta. This type of research uses descriptive quantitative methods and inferential analysis using primary data. The sample was determined by purposive sampling method with a total of 100 respondents. Data collection was carried out by providing a list of questions to respondents, namely consumers of Zara clothing products in the city of Jakarta, the questions given were about price perception, brand image, and consumer satisfaction, on repurchase intention. This study uses multiple linear regression analysis. The results showed that perceived price, brand image and consumer satisfaction had a positive and significant effect on the intention to repurchase Zara clothing products in the city of Jakarta.

Keywords: Perceived Price, Brand Image, Consumer Satisfaction and Repurchase Intention

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

1. Nama : Firyal Nadhifah Fairuz
2. Tempat, tanggal lahir : Depok, 17 Maret 2000
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Alamat : Kp. Bendungan Cilodong Jl. Moh. Ali
RT06/RW07 No.58
5. No. Handphone : 085771600652
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : iyalfiryal669@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2006-2012 : MI HAYATUL ILMI
2. 2012-2015 : SMP Negeri 16 DEPOK
3. 2015-2018 : SMA Negeri 8 DEPOK
4. 2018-2023 : Universitas Nasional



Jakarta, 17 Januari 2023

Firyal Nadhifah Fairuz
NPM : 183112340250234

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucapkan 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 Persepsi Harga, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang pakaian Zara di Jakarta” 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 Kumba Digdowiseiso, 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. Bapak Dr. Elwisam, 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, Nasrul dan Nur Ekawati, 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. Adik penulis, Tsabit Hanif Nasrullah terimakasih atas dukungan dan doanya semoga penulis selalu membanggakan.
9. Kepada semua Keluarga Penulis, terimakasih selalu mendukung penulis sampai saat ini, selalu memberikan doa.
10. Kepada Sahabat Penulis, terimakasih sudah membantu sampai saat ini, serta doa-doa yang slalu diberikan.
11. Kepada Teman-Teman kampus Universitas Nasional, terima kasih sudah saling membantu, 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.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Manajemen Pemasaran.....	6
B. Tujuan Pemasaran	7
C. Minat Beli Ulang.....	7
1. Pengertian Minat Beli Ulang.....	7
2. Indikator Minat Beli Ulang	8
D. Persepsi Harga.....	8
1. Pengertian Persepsi Harga.....	8
2. Dimensi Persepsi Harga	9
3. Indikator Persepsi Harga	9
4. Tujuan Penetapan Harga.....	10
E. Citra Merek	11
1. Pengertian Citra Merek.....	11
2. Faktor-faktor Citra Merek	13

3. Indikator Citra Merek	13
F. Kepuasan Konsumen	14
1. Pengertian Kepuasan Konsumen	14
2. Indikator Kepuasan Konsumen	15
G. Keterkaitan Antar Variabel	15
1. Pengaruh Persepsi Harga (X1) terhadap Minat Beli Ulang (Y)	15
2. Pengaruh Citra Merek (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Y)	16
3. Pengaruh Kepuasan Konsumen (X3) terhadap Minat Beli Ulang (Y)	16
H. Kerangka Analisis	17
I. Penelitian Sebelumnya	18
J. Hipotesis	22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian dan Subjek Penelitian	23
a. Objek Penelitian	23
b. Subjek Penelitian	23
B. Kategori Penelitian	23
C. Jenis Penelitian	23
D. Data Penelitian	23
1. Sumber Data dan Jenis Data	23
a. Sumber Data	23
b. Jenis Data	23
2. Populasi dan Sampel Penelitian	24
a. Populasi	24
b. Sampel	24
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data	25
E. Definisi Operasional Variabel	26
F. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	27
1. Metode Analisis	27
a. Metode Analisis Deskriptif	27
b. Metode Analisis Inferensial	27
a) Analisis Linear Berganda	27

2.	Uji Instrumen.....	28
a.	Uji Validitas.....	28
b.	Uji Reliabilitas.....	28
3.	Uji Asumsi Klasik	28
a.	Uji Normalitas	28
b.	Uji Multikolinearitas	29
c.	Uji Heterokedastisitas.....	29
d.	Uji Autokorelasi	29
4.	Uji Kelayakan Model	29
1.	Uji F.....	29
2.	Koefisien Determinasi (R^2)	30
5.	Pengujian Hipotesis.....	30
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
A.	Hasil Penelitian	31
1.	Deskriptif Data Objek Penelitian	31
a.	Profil singkat perusahaan Zara.....	31
2.	Karakteristik Responden	32
a.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
b.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	32
c.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	33
d.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	33
3.	Hasil Lengkap Estimasi Penelitian.....	34
a.	Deskriptif Data Variabel Penelitian.....	34
1.	Analisis Deskriptif variabel Persepsi Harga.....	34
2.	Analisis Deskriptif variabel Citra Merek.....	35
3.	Analisis Deskriptif variabel Kepuasan Konsumen	35
4.	Analisis Deskriptif variabel Minat Beli Ulang	35
b.	Metode Analisis Inferensial.....	36
4.	Uji Analisis Instrument	36
a.	Uji Validitas.....	36
b.	Uji Reliabilitas.....	37

5. Uji Asumsi Klasik	37
a. Uji Normalitas	37
b. Uji Multikolinearitas	38
c. Uji Autokorelasi	39
d. Uji Heteroskedastisitas	40
6. Uji Kelayakan Model	40
a. Uji Simultan (Uji F)	40
b. Koefisien Determinasi (R^2)	41
7. Output Estimasi Regresi Linear Berganda	42
8. Uji Hipotesis.....	43
a. Uji t.....	43
B. Pembahasan.....	44
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	46
B. Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	48



Daftar Tabel

Tabel 1.1 Tabel Top Brand Index produk pakaian	2
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Sebelumnya	18
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert	26
Tabel 3.2 Tabel Definisi Operasioanal Variabel	26
Tabel 4.1 Tabel Skor Mean Variabel Persepsi Harga	34
Tabel 4.2 Tabel Skor Mean Variabel Citra Merek	35
Tabel 4.3 Tabel Skor Mean Variabel Kepuasan Konsumen	35
Tabel 4.4 Tabel Skor Mean Variabel Minat Beli Ulang	35
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	38
Tabel 4.9 Hasil Uji Autokorelasi	39
Tabel 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan (Uji F)	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	41
Tabel 4.13 Hasil Analisis Linear Berganda	42



Daftar Gambar

Gambar 2.1 Gambar Kerangka Analisis	17
Gambar 4.1 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Gambar 4.2 Diagram Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	32
Gambar 4.3 Diagram Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	33
Gambar 4.4 Diagram Presentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	33

