

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI ULANG
KONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK MAKE OVER DI
SVJ COSMETICS TANJUNG PINANG MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**PUTRI SRI RAGINA
NIM.2004020070**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Putri Sri Ragina
NIM : 2004020070
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Kosmetik Make Over di SVJ Cosmetics Tanjungpinang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen penguji dan telah direvisi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen pembimbing II


Hj. Ircanita, SE., M.Si
NIP. 197008272021212003


Kiki Wulandari, SE., M.M
NIP. 19920121201903218

Panitia Penguji


Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Abdul Jalal, SE., M.Si</u> NIP. 198508222019031012	Ketua Penguji		30/1/24
2. <u>Hj. Ircanita, SE., M.Si</u> NIP. 197008272021212003	Penguji 2		2/2/2024
3. <u>Roni Kurniawan, S.T., M.Si</u> NIP. 197710032021211001	Penguji 3		31/1/24
4. <u>Dr. Myrna Sofia, SE., M.Si</u> NIP. 198204032015042001	Penguji 4		01/02/24
5. <u>Indra Firdiyansyah, SE., M.Si</u> NIP. 198902122022031006	Penguji 5		30/1/24

Tanggal Lulus: 25 Januari 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Maritim

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Hj. Asmaul Husna, S.E., Ak., M.M., C.A
NIDN. 1001077101


Abdul Jalal, S.E., M.Si
NIP. 198508222019031012



LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Putri Sri Ragina
Nim : 2004020070
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan *Word of Mouth*
Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Kosmetik
Make Over di SVJ Cosmetics Tanjungpinang Melalui Kepuasan
Konsumen Sebagai Variabel Intervening

Disetujui untuk digunakan dalam Seminar Hasil

Tanjungpinang, 11 Januari 2024

Menyetujui

Dosen Pembimbing I



HJ. IRANITA, SE., M.Si
NIP. 197008272021212003

Dosen Pembimbing II



KIKI WULANDARI, SE., MM
NIP. 19920121201903218

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Maritim
Universitas Maritim Raja Ali Haji



ABDUL JALAL, SE., M.Si
NIP. 198508222019031012

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Sri Ragina
Nomor Induk Mahasiswa : 2004020070
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Kosmetik Make Over Di SVJ Cosmetics Tanjungpinang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji

Tanjungpinang, 02 Februari 2024

t Pernyataan,


Putri Sri Ragina
NIM. 200402070

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: Pengaruh Citra Merek, Kualitas Data dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Produk Kosmetik Make Over Di SVJ Cosmetics Tanjungpinang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Sehubungan dengan selesainya skripsi ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi, DEA, Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji yang berperan penting memajukan kampus dan menjadi panutan bagi mahasiswa.
2. Ibu Dr. Hj. Asmaul Husna, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji yang telah memberikan ide dan pemikiran untuk kemajuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim.
3. Ibu Hj. Iranita, SE., M.Si, sebagai dosen pembimbing I saya yang telah membimbing, mengarahkan, memberi saran, serta dukungan kepada saya dari awal hingga penelitian skripsi saya dapat terselesaikan dengan baik.

4. Ibu Kiki Wulandari, SE., MM, sebagai dosen pembimbing II saya telah membantu membimbing saya mengarahkan, memberi saran, dari awal hingga penelitian skripsi saya dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Abdul Jalal, SE., M.Si, sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.
6. Seluruh dosen dan tenaga pendidik yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menjalani proses pendidikan.
7. Teruntuk kedua orangtua saya, Bapak Suharmi dan Ibu Linawati, saudara laki-laki saya Ramdani, adik-adik saya Della Emilya Agustina dan Kayla Nazwa Syafira, kakek saya Raja dan nenek saya Mimin, paman saya Wawan Setiawan, bibi saya Santi, kakak ipar saya Siti Nurilahi, kekasih saya M. Masyhur Aziz dan keluarga lainnya yang saya sayangi, yang selalu memberikan dukungan dan doa dalam setiap langkah saya yang selalu mereka panjatkan untuk memudahkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT, memberikan keberkahan didunia serta tempat terbaik di Akhirat., karena telah menjadi figur terbaik bagi penulis.
8. Pemilik Toko Kosmetik SVJ Cosmetics Tanjungpinang yang sudah membantu memberikan informasi dan objek penelitian saya sehingga saya dapat dengan mudah menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik dan cepat.
9. Teman-teman seperjuangan saya Ashlihatul Latifa Pratiwi, Selvia Putri Dewi dan Yuli Aspriatin yang selalu memberikan dukungan, arahan dan

motivasi untuk saya dari awal perkuliahan hingga saya bisa sampai dititik ini.

10. Dan terakhir, kepada diri saya sendiri. Putri Sri Ragina. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih sudah tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai dititik ini, walau sering kali putus asa atas apa yang diusahakan dn belum berhasil, namun terimakasih tetap jadi manusia yang selalu berusaha dan tidak lelah mencoba, terimakasih sudah tidak menyerah ditahun ini. Sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini kamu telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

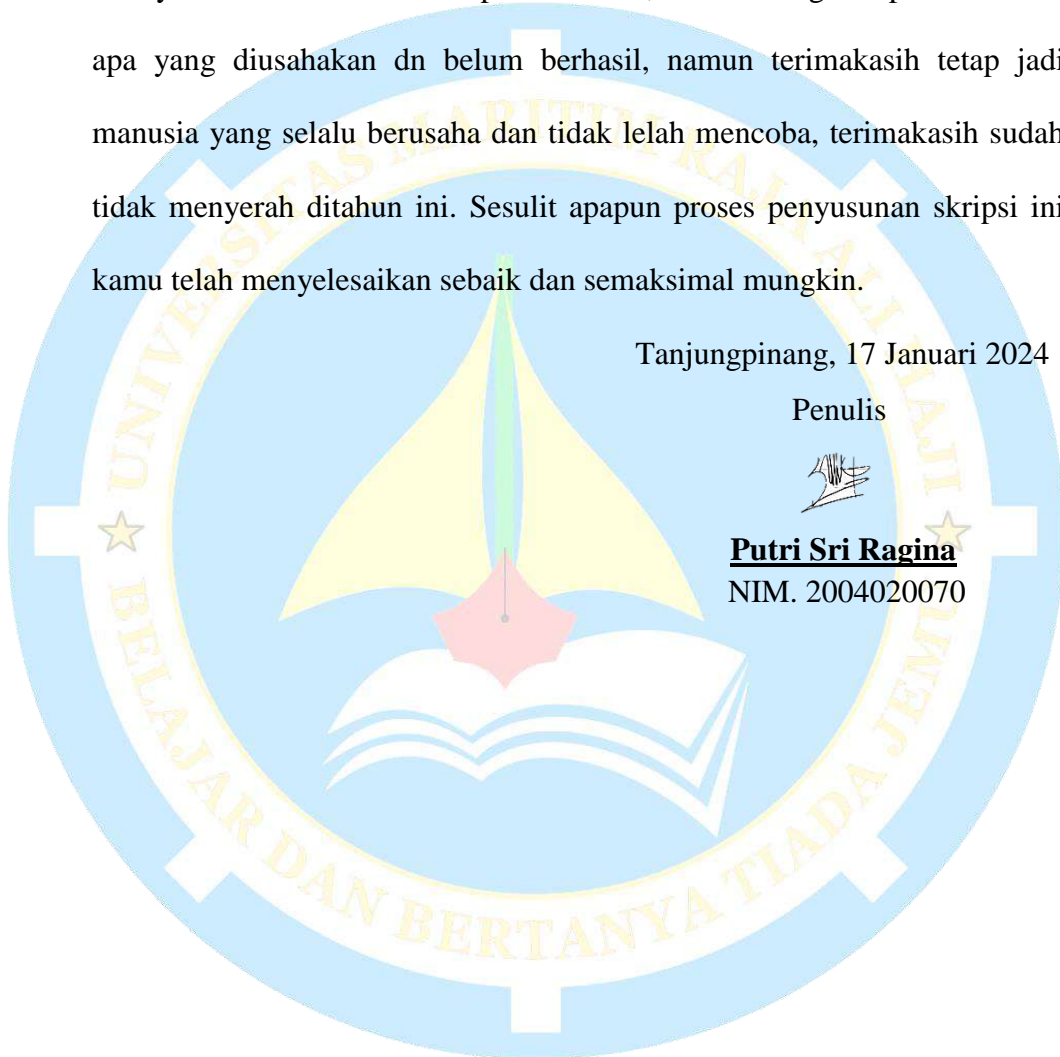
Tanjungpinang, 17 Januari 2024

Penulis



Putri Sri Ragina

NIM. 2004020070



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN.....i

PERNYATAAN ORISINALITAS.....ii

ABSTRAK.....iii

ABSTRACT.....iv

KATA PENGANTAR.....v

DAFTAR ISI.....viii

DAFTAR TABEL.....xiv

DAFTAR GAMBAR.....xvi

DAFTAR LAMPIRAN.....xvii

BAB I : PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang Masalah.....1

1.2 Identifikasi Masalah.....8

1.3 Rumusan Masalah.....9

1.4 Pembatasan Masalah.....9

1.5 Tujuan Penelitian.....10

1.6 Manfaat Penelitian.....11

1.7 Sistematika Penelitian.....11

BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....13

2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Minat Beli Ulang.....	13
2.1.2 Citra Merek.....	15
2.1.3 Kualitas Produk.....	18
2.1.4 <i>Word of Mouth</i>	20
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	23
2.2 Review Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	30
2.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	30
2.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	31
2.4.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	31
2.4.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang.....	32
2.4.5 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	32
2.4.6 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Minat Beli Ulang..	32
2.4.7 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen.....	33
2.4.8 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen.....	33

2.4.9 Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen.....	34
2.4.10 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang.....	34
2.5 Hipotesis.....	35
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	38
3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	43
3.4.1 Populasi.....	43
3.4.2 Sampel.....	43
3.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	44
3.6 Metode Analisis.....	45
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	46
3.6.2 Uji Kualitas Data.....	47
3.6.2.1 Uji Validitas.....	47
3.6.2.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	49
3.6.3.2 Uji Multikolinieritas.....	50
3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	50
3.6.4 Uji Hipotesis.....	51

3.6.4.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	51
3.6.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52
3.6.5 Uji Analisis Jalur.....	52
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	57
4.1.1 Gambaran Umum Wilayah dan Fokus Penelitian.....	57
4.1.2 Deskripsi Responden.....	58
4.1.2.1 Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Pengeluaran (Perbulan).....	65
4.1.2.4 Responden Berdasarkan Minimal Pembelian Produk.....	65
4.2 Hasil Penelitian.....	66
4.2.1 Uji Statistik Deskriptif.....	66
4.2.2 Uji Kualitas Data.....	68
4.2.2.1 Uji Validitas.....	68
4.2.2.2 Uji Reliabilitas.....	72
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	72
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	72
4.2.3.2 Uji Multikolinieritas.....	75
4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	77
4.2.4 Uji Hipotesis.....	78

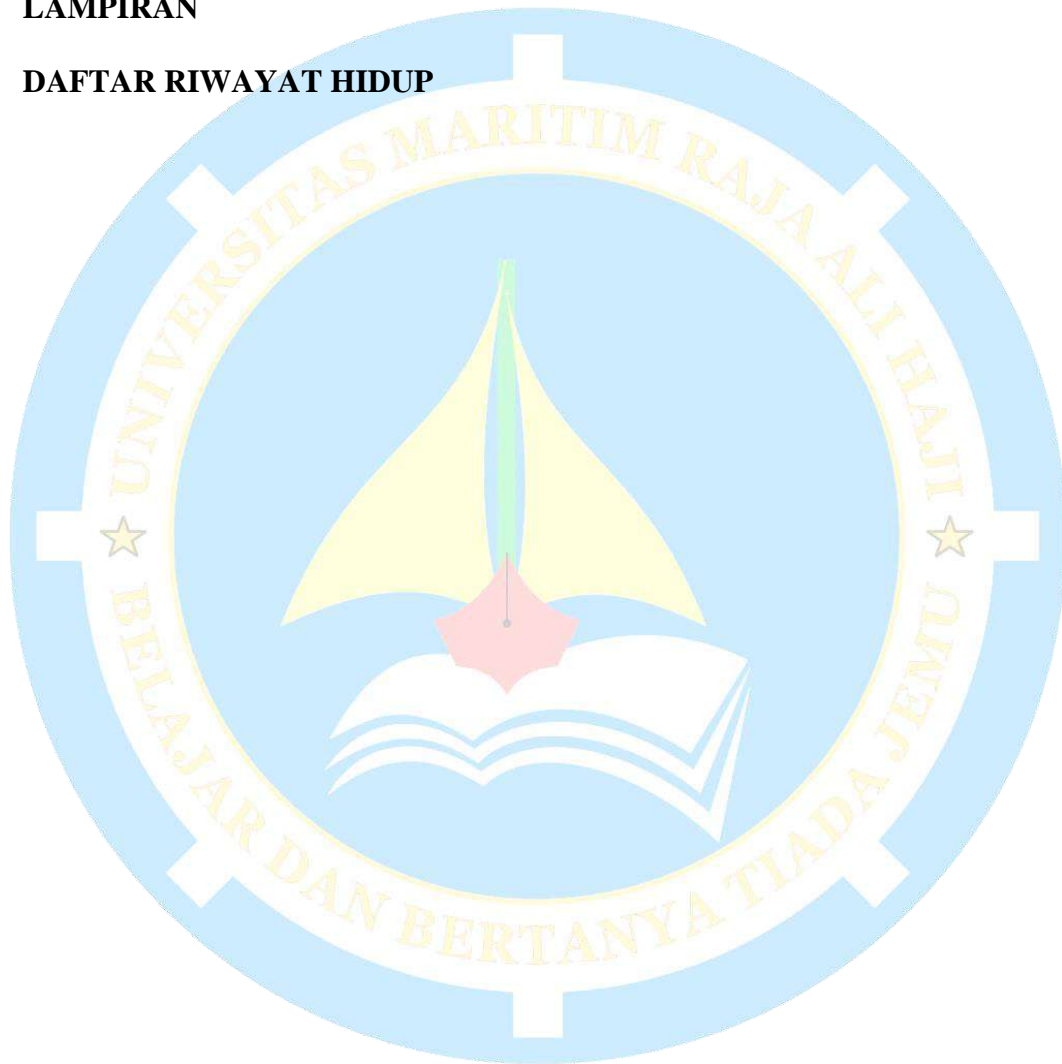
4.2.4.1 Uji Parsial (t).....	78
4.2.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	82
4.2.5 Uji Analisis Jalur.....	83
4.3 Pembahasan.....	90
4.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	90
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	91
4.3.3 Pengaruh Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen.....	92
4.3.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang.....	92
4.3.5 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	93
4.3.6 Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang.....	94
4.3.7 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen.....	95
4.3.8 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen.....	95
4.3.9 Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen.....	96
4.3.10 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang.....	97

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....98
5.1 Kesimpulan.....98
5.2 Saran.....100

DAFTAR PUSTAKA.....102

LAMPIRAN

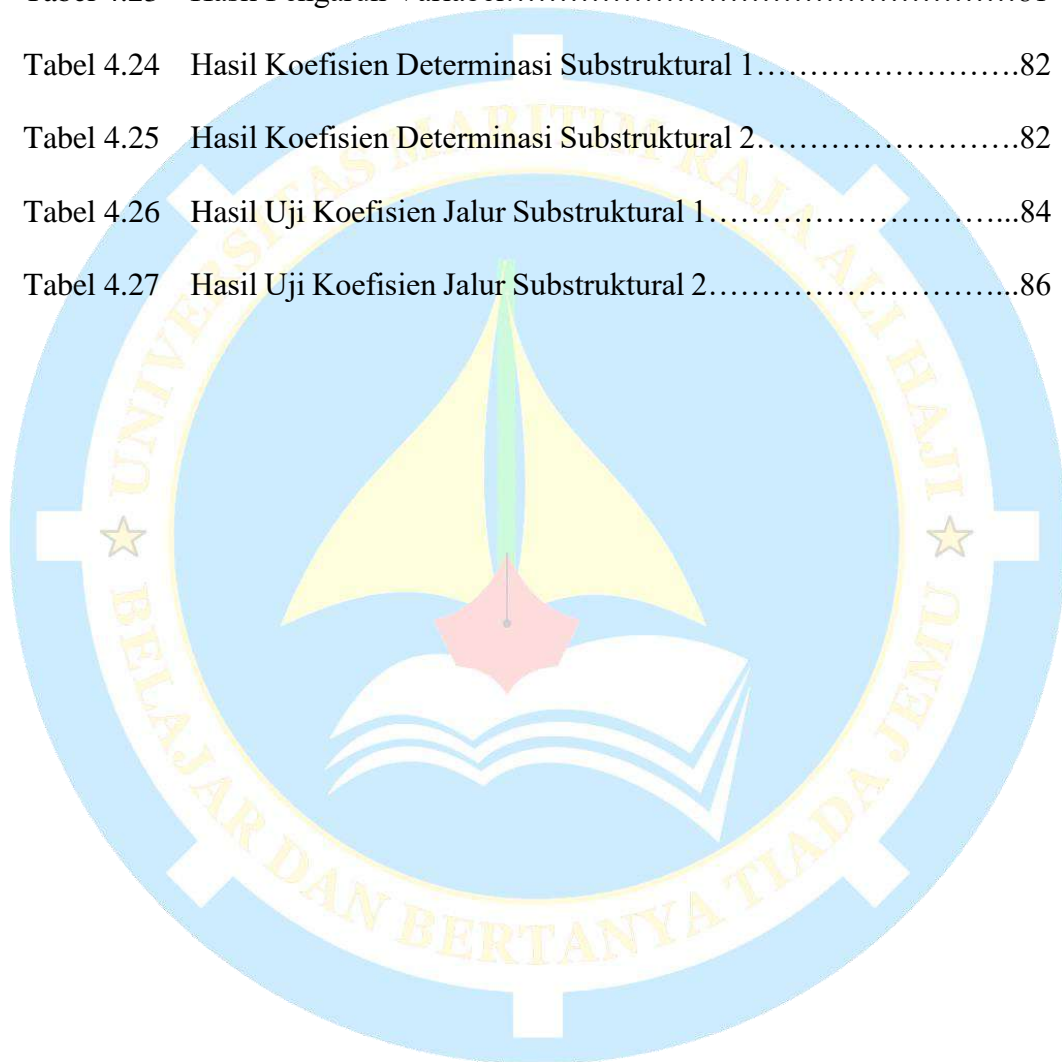
DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

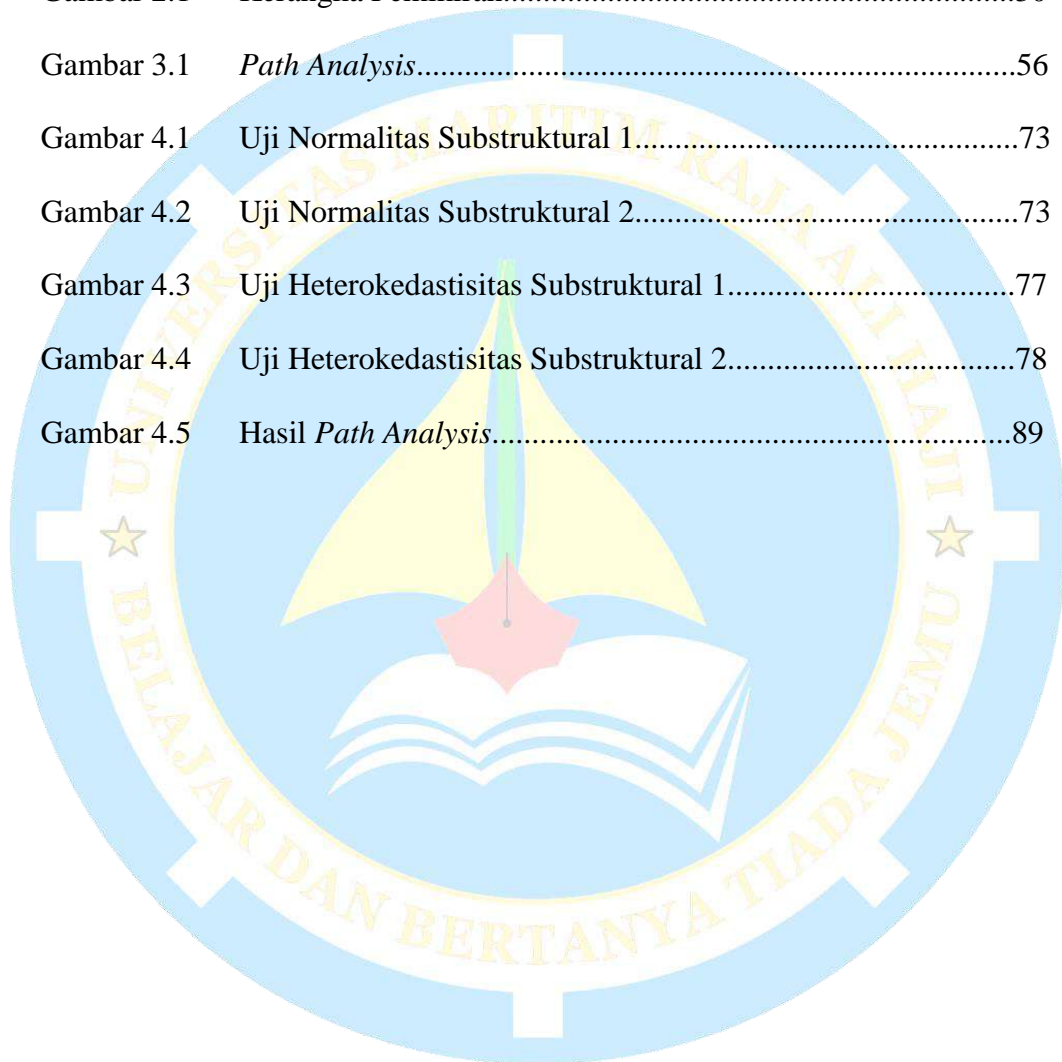
No. Tabel	Uraian	Halaman
Tabel 1.1	Merek Kosmetik Lokal Terbaik 2023.....	4
Tabel 2.1	Review Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	40
Tabel 4.1	Persentase Indikator Citra Merek	58
Tabel 4.2	Persentase Indikator Kualitas Produk.....	59
Tabel 4.3	Persentase Indikator <i>Word of Mouth</i>	60
Tabel 4.4	Persentase Indikator Minat Beli Ulang.....	61
Tabel 4.5	Persentase Indikator Kepuasan Konsumen.....	62
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.7	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
Tabel 4.8	Responden Berdasarkan Pengeluaran (Perbulan).....	65
Tabel 4.9	Responden Berdasarkan Minimal Pembelian Produk.....	66
Tabel 4.10	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	67
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	69
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	69
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas <i>Word of Mouth</i>	70
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Minat Beli Ulang.....	71
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	71
Tabel 4.16	Hasil Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 4.17	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Substruktural 1.....	74
Tabel 4.18	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Substruktural 2.....	75

Tabel 4.19	Hasil Uji Multikolinieritas Substruktural 1.....	76
Tabel 4.20	Hasil Uji Multikolinieritas Substruktural 2.....	76
Tabel 4.21	Hasil Uji Parsial (t) Substruktural 1.....	79
Tabel 4.22	Hasil Uji Parsial (t) Substruktural 2.....	80
Tabel 4.23	Hasil Pengaruh Variabel.....	81
Tabel 4.24	Hasil Koefisien Determinasi Substruktural 1.....	82
Tabel 4.25	Hasil Koefisien Determinasi Substruktural 2.....	82
Tabel 4.26	Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural 1.....	84
Tabel 4.27	Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural 2.....	86



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Uraian	Halaman
Gambar 1.1	Pendapatan Produk Perawatan Tubuh dan Kecantikan di Indonesia.....	2
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 3.1	<i>Path Analysis</i>	56
Gambar 4.1	Uji Normalitas Substruktural 1.....	73
Gambar 4.2	Uji Normalitas Substruktural 2.....	73
Gambar 4.3	Uji Heterokedastisitas Substruktural 1.....	77
Gambar 4.4	Uji Heterokedastisitas Substruktural 2.....	78
Gambar 4.5	Hasil <i>Path Analysis</i>	89



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Uraian	
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	1
Lampiran 2	Uji Statistik Deskriptif.....	8
Lampiran 3	Uji Kualitas Data.....	9
Lampiran 4	Uji Asumsi Klasik.....	15
Lampiran 5	Uji Hipotesis.....	19
Lampiran 6	Uji Analisis Jalur.....	22
Lampiran 7	Bukti Bebas Plagiasi.....	23
Lampiran 8	Bukti Turnitin.....	24

