

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DAN NIAT BELI ULANG KONSUMEN
(Studi pada Konsumen toko *online* Nadira Hijab di D.I.Yogyakarta)**

*THE EFFECT OF PRICE PERCEPTIONS AND BRAND IMAGE ON
CUSTOMER SATISFACTION AND CONSUMER REPURCHASE
INTENTION*

(Study on consumers of the online shop Nadira Hijab in D.I.Yogyakarta)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Fadhila Aulia Putri

(20200410109)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama: Fadhila Aulia Putri

NIM:20200410109

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Konsumen Toko *Online* Nadira Hijab di D.I.Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 05 Desember 2023



(Fadhila Aulia Putri)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas kehendak dan ridho-Nya saya diberi kesempatan untuk bisa menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Oleh karena itu, dengan penuh rasa bangga saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua yang sangat penulis cintai. Bapak Ali fikri dan Ibu Diani Yudiputranti. Skripsi ini adalah persembahan untuk kalian. Terimakasih selalu *mensupport* serta mendoakan dan memberikan semangat untuk terus menggapai impian, hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini hingga menyandang gelar S.E.
2. Kakak penulis, Riski Alfiani dan Anisa Fikriani yang senantiasa mendoakan dan memberikan motivasi kepada penulis.
3. Teman dekat penulis, Fatin Hamamah yang senantiasa memberikan motivasi kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini dan memberikan dukungan kepada penulis.
4. Teman-teman Manajemen Angkatan 2020 UMY khususnya Manajemen kelas C yang telah berjuang bersama untuk mencapai impian masing-masing.
5. Seluruh pihak terkait yang telah memberi dukungan, bantuan dan saran dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum.Wr.Wb

Puji dan Syukur kepada Allah SWT yang senantiasa membantu penulis menyelesaikan penelitian proposal skripsi dengan judul “Pengaruh persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan dan niat beli ulang konsumen pada toko *online* nadira hijab Yogyakarta”. Tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., IPM., ASEAN.Eng selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta .
4. Ibu Retno Widowati PA.,M.Si.,Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan dukungan serta masukan demi terselesaikanya proposal ini.

Penulis menyadari kesempuraan hanya milik Allah SWT masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi. Penulis sangat senang jika ada masukan. Semoga skripsi ini dapat bagi penulis maupun pembaca. Sekian

Wassalamualaikum Wr. Wb.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu	14
C. Pengembangan Hipotesis	22
D. Model Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Subjek dan Objek Penelitian	28
B. Jenis Data	28
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	29
D. Teknik Pengumpulan Data	30
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
F. Uji Instrumen.....	33
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38

A. Gambaran Umum Objek Dan Subjek Penelitian.....	38
B. Uji Kualitas Instrumen Data.....	41
C. Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis.....	43
D. Pembahasan.....	60
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	73
A. Simpulan.....	73
B. Keterbatasan Penelitian	74
C. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Skala Likert	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
Tabel 4.2 Karakteristik Usia.....	39
Tabel 4.3 Karakteristik Pekerjaan	40
Tabel 4.4 Karakteristik Pendapatan Per-bulan.....	40
Tabel 4.5 Karakteristik Intensitas Belanja Online.....	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Intrumen Penelitian.....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	42
Tabel 4.8 Interpretasi Kelas Interval	43
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga	43
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	44
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	44
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli Ulang.....	45
Tabel 4.13 Hasil uji normalitas CR.....	49
Tabel 4.14 Hasil uji outliers	50
Tabel 4.15 Identifikasi model struktural	52
Tabel 4.16 <i>Goodness of fit</i>	52
Tabel 4.17 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	55
Tabel 4.18 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik produk yang diminati konsumen.....	2
Gambar 2.1 Model penelitian.....	26
Gambar 4.2 Persamaan struktural	46
Gambar 4.3 Persamaan struktural	47
Gambar 4.4 Nilai batas outliers.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner	83
Lampiran 2. Tabulasi Data	88
Lampiran 3. Uji Validitas	108
Lampiran 4. Uji Reliabilitas	109
Lampiran 5. Hasil analisis deskriptif	110
Lampiran 6. Path diagram (diagram alur)	112
Lampiran 7. Konversi diagram alur ke dalam persamaan struktural	112
Lampiran 8. Uji normalitas CR	113
Lampiran 9. Uji identifikasi outliers (mahalanobis distance)	114
Lampiran 10. Identifikasi model struktural	116
Lampiran 11. Uji goodness of fit	117
Lampiran 12. Pengujian hipotesis	119
Lampiran 13. Pengujian Mediasi	120