

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**
(Studi pada thrifting pakaian merek Nike di Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND PRICE
PERCEPTION ON CUSTOMER SATISFACTION THROUGH
PURCHASING DECISIONS AS A MEDIATION VARIABLE***
(Study on thrifting of Nike brand clothing in Yogyakarta)



OLEH

Surya Fajar Sugianto NIM. 20200410003

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMADIYAH YOGYAKARTA

2024

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi pada thrifting pakaian merek Nike di Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY AND PRICE
PERCEPTION ON CUSTOMER SATISFACTION THROUGH
PURCHASING DECISIONS AS A MEDIATION VARIABLE***

(Study on thrifting of Nike brand clothing in Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Muhammadiyah Yogyakarta



OLEH

Surya Fajar Sugiarto NIM. 20200410003

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Surya Fajar Sugianto

NIM : 20200410003

Menyatakan bawah skripsi ini dengan judul : **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada thrifting pakaian merek nike di 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, 3 Juli 2024



SF
Surya Fajar Sugianto

PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya sehingga memberi kesabaran, kemudahan, dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Perjuangan yang telah dilalui tidak terlepas dari doa yang selalu dipanjatkan kepada Allah SWT serta dukungan dari keluarga maupun orang terkasih selama proses pengerjaan maupun sampai penyelesaian skripsi ini dengan baik

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Ayahanda dan ibunda saya yang sangat saya cintai dan sayangi yang sudah memberikan dukungan, doa, dan memotivasi walaupun terkadang saya sering memabangkan tapi percayalah aku selalu melakukan yang terbaik
2. Kedua kakak perempuan saya yang juga tak luput saya cintai dan saya sayangi terimakasih sudah memberikan doa, dukungan dan perhatian maaf jika adekmu ini belum bisa memberikan yang terbaik bagi dirimu kedua kakakku tapi percayalah suatu saat nanti adekmu ini akan memberikan yang tidak pernah dirimu sangka – sangka
3. Paman dan tante saya Pakde Sukat, Om Andis dan Alm Kokok serta Budhe Endang, Tante Kris dan Tante Mus yang membantu proses kuliah
4. Saudara sepupu Delaska, Sasa, Zaskia, Chayra dan dua keponakan saya Aqila dan yang baru lahir tepat hari ini tanggal 10 Juli 2024 bernama Fathan
5. Sahabat saya dan sekaligus saya anggap saudara Dodot, Okta, Fery, Arief, Rofiq, Frenas dan Dinda serta Abbas, Dony, Abel dan intan dan Danisa yang sudah menjadi saksi bisu dalam penulisan skripsi orang orang inilah yang menjadi saksi betapa ganasnya dalam pembunuhan mental dalam pembuatan Skripsi dan terimakasih atas dukungannya


KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Thrifting Pakaian Merek Nike Di Yogyakarta)” Skripsi ini disusun untuk memenuhi gelar S1. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan dapat memberi masukan bagi toko thrift dalam pengelolaan dalam bisnisnya supaya mengetahui apa yang terjadi dalam dunia thrfit dan memberikan informasi terhadap mahasiswa dan khalyak umum apa itu thrifting merek nike dan memberikan ide pengembangan bagi peneliti selanjutnya oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP
2. Ketua Program Studi Manajmen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si.
3. Bapak Radyan Dananjoyo, SE., MM., M.Sc., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran selalu memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian.
4. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dukungan dan doa kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi ini.
5. Semua pihak yang telah memberikan dorongan, bantuan, dan semangat dalam proses penyusunan naskah Skripsi ini.

Tiada gading yang tak retak Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini jauh dari kata sempurna karena kesempurnaan ada pada Allah SWT. Dengan ini penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan untuk semuanya.

Yogyakarta, 3 Juli 2024


Surya Fajar Sugianto

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Kerangka Teori.....	9
B. Definisi Konseptual.....	11
C. Penelitian Terdahulu	16
D. Hubungan Antar Variabel	28
E. Model Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Pendekatan Penelitian	41
B. Obyek Dan Subyek Penelitian	41
C. Jenis Data	41
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	42
E. Teknik Pengambilan Data.....	43
F. Identifikasi Variabel.....	44
G. Definisi Operasional Variabel.....	44

H. Uji Kualitas Instrumen	46
I. Metode Analisis Data Dan Hipotesis	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Objek Dan Subjek Penelitian	50
B. Kriteria Responden.....	51
C. Analisis Statistik Deskriptif	55
D. Uji Kualitas Instrumen	59
E. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	69
F. Model Fit	64
G. Uji Hipotesis (<i>Resampling bootstrapping</i>)	65
H. Pembahasan.....	71
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Keterbatasan Penelitian	80
C. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	90
A. Lampiran Kuesioner	93
B. Lampiran Karakteristik Responden.....	97
C. Lampiran Tabulasi Data	99
D. Lampiran Statistik Deskriptif Variabel	109
E. Lampiran Olah Data	110
F. Lampiran Hasil Turnitin.....	114
G. Lampiran Surat Keterangan Uji Similaritas.....	115

DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	16
2.2 Tabel Hubungan Antar Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.3 Tabel Hubungan Antar Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.4 Tabel Hubungan Antar Variabel Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.5 Tabel Hubungan Antar Variabel Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.6 Tabel Hubungan Antar Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	33
2.7 Tabel Hubungan Antar Variabel Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	34
2.8 Tabel Hubungan Antar Variabel Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan	35
2.9 Tabel Hubungan Antar Variabel Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian.....	36
2.10 Tabel Hubungan Antar Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian.....	37
2.11 Tabel Hubungan Antar Variabel Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian	39
3.1 Tabel Penilaian Skala Likert	43
3.2 Tabel Definisi Operasional Variabel.....	44
3.3 Tabel Kriteria Model Fit	49
4.1 Tabel Karakteristik Jenis Kelamin Responden	51
4.2 Tabel Karakteristik Usia Responden.....	52

4.3 Tabel Karakteristik Asal Responden.....	52
4.4 Tabel Karakteristik Domisili Responden.....	53
4.5 Tabel Karakteristik Asal Universitas Responden	54
4.6 Tabel Kaetgori Penilaian Responden.....	55
4.7 Tabel Hasil Karakteristik Deskriptif Citra Merek.....	56
4.8 Tabel Hasil Statistik Deskriptif Kualitas Produk.....	56
4.9 Tabel Hasil Statistik Deskriptif Variabel Harga	56
4.10 Tabel Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	57
4.11 Tabel Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	57
4.12 Tabel Hasil Uji Validitas.....	58
4.13 Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	59
4.14 Tabel Hasil Outer VIF Values	60
4.15 Tabel Hasil Inner VIF VALUES.....	60
4.16 Tabel Kriteria R Square	61
4.17 Tabel Hasil R- Square Adjusted.....	61
4.18 Tabel Hasil Cross-Validated Redundancy (Q^2).....	62
4.19 Tabel Kriteria F – Square.....	63
4.20 Tabel Hasil F – Square.....	63
4.21 Tabel Hasil <i>Path Coefficients</i>	64
4.22 Tabel Kriteria Model Fit	65
4.23 Tabel Hasil Model Fit	65
4.24 Tabel T	66
4.25 Tabel Hasil Uji Pengaruh Langsung (<i>Direct Effects</i>)	66
4.26 Tabel Uji Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effects</i>)	69

DAFTAR GAMBAR

1.1 Gambar Data Penjualan Merek Fesyen di Indonesia Tahun 2021 – 2023	3
1.2 Gambar Persebaran Thrift Store Di Pulau Jawa Tahun 2022 – 2024	4
2.1 Gambar Kerangka Berifikir Teori Input-Proces-Ouput Model.....	10
2.2 Gambar Model Penelitian	40
4.1 Gambar Pakaian Thrift Merek Nike.....	50
4.2 Gambar Hasil Uji Bootstrapping.....	65