



**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK *SKINCARE THE ORIGINOTE* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

NUR HIDAYATUN NAAFI'AH
202011209

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2024**



PENGARUH INOVASI PRODUK DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK *SKINCARE* THE ORIGINOTE DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
S1 (Strata Satu) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Disusun Oleh:

NUR HIDAYATUN NAAFI'AH
202011209

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

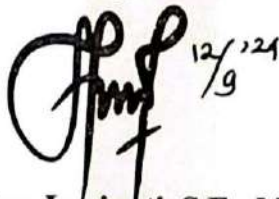
**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK *SKINCARE* THE
ORIGINOTE DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Nur Hidayatun Naafi'ah
NIM : 202011209
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

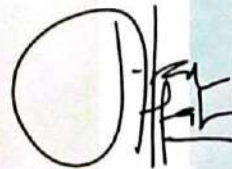
Tanggal,.....

Pembimbing I

Handwritten signature of Pembimbing I, Dina Lusianti, with the date 12/9/24 written next to it.

(Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K)
NIDN. 0630098401

Pembimbing II

Handwritten signature of Pembimbing II, Keke Tamara Fahira.

(Keke Tamara Fahira, S.E., M.M)
NIDN. 0630109701

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Handwritten signature of the Ketua Program Studi, Noor Indah Rahmawati.

(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK *SKINCARE* THE
ORIGINOTE DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Nur Hidayatun Naafi'ah
NIM : 202011209
Program Studi : Manajemen

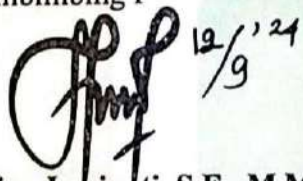
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701

Pembimbing I


(Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K)
NIDN. 0630098401



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Keke Tamara Fahira, S.E., M.M)
NIDN. 0630109701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Diwajibkan atas kamu berperang, padahal itu suatu yang tidak kamu senangi. Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Pada-Nyalah maha mengetahui segalanya, sedang kamu tidak mengetahui.”

(Qs. Al-Baqarah 2:216)

“Sesulit apapun saat ini, kamu harus bisa berdiri dari kerasnya cobaan, bertahan dengan segala keadaan. Karena satu hal yang perlu kamu ingat, bahwa ia menciptakan sepasang kaki untuk berdiri tegak, dan menaruh kesusahan di setiap pundak agar kita menjadi lebih kuat.”

Jadilah kuat untuk segala hal yang membuatmu patah.

It's okey, just say it “Qadarullah”

(Ustadz Hanan Attaki)

Persembahan :

1. Keluarga
2. Sahabat
3. Almameter Universitas

Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim segala puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rezeki, rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk Dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Ulang Produk *Skincare* The Originote Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus)”. Penyusunan tugas akhir skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan jenjang pendidikan strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Tidak lupa saya ucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membimbing, memberikan dukungan, serta memberi bantuan moril dan materiil dalam penyusunan skripsi ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr, Ir. Darsono. M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K selaku dosen pembimbing 1 saya yang telah memberikan ilmu, arahan, motivasi, serta membimbing saya dengan sabar dan telah bersedia dalam meluangkan waktunya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi hingga selesai.

5. Keke Tamara Fahira, S.E., M.M selaku dosen pembimbing 2 saya yang telah memberikan ilmu, arahan, serta membimbing saya dengan sabar dan telah bersedia dalam meluangkan waktunya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi hingga selesai.
6. Seluruh dosen prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta melatih dan mengembangkan pola pikir selama berada di bangku perkuliahan.
7. Cinta pertama dan surgaku Bapak Subkhan dan Ibu Issofi, penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas do'a, semangat, dorongan, kekuatan, dukungan penuh, kasih sayang, motivasi, arahan, materil maupun moril, serta perjuangan dan pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis. Terimakasih penulis ucapkan kembali karena selalu menjadi alasan utama penulis untuk tetap hidup dan meraih cita-cita.
8. Kakak kandung dan kaka ipar saya Dicky Chindra Dewi dan Riyan Rifqi Ananda terimakasih atas segala doa, semangat, dukungan serta motivasi kepada penulis.
9. Keponakanku tercinta Atheef Maliki Muzammil dan Muhammad Hanan Alfatih terimakasih atas kelucuan-kelucuan kalian yang membuat penulis terhibur dan senang sehingga penulis bersemangat mengerjakan skripsi hingga selesai.
10. Sahabat-sahabat saya Tamara Firda Aisyah, Aulia Wulandari, Indah Meilia Setianawati, Mutiara Ramadhani, dan Berliana Putri Jelita penulis ucapkan

terimakasih karna telah selalu ada serta selalu mendengarkan keluh kesah penulis, menghibur, meberikan motivasi, serta semangat kepada penulis.

11. Teman-teman seperjuangan saya Mita Nurul Rahmawati, Kharisma Nur Fatikha, Naharul Muthmainnah, Nur Andini Rahma, Shofia Khoirunnisa', Anisa Febriana, Lathifatul Asna, Fradila Ari Taranandia. Terimakasih telah menemani dan berjuang bersama dari awal hingga saat ini, serta selalu saling menemani, menguatkan, dan mendukung satu sama lain.
12. Keluarga Psm. Pitaloka Muria Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muia Kudus. Penulis ucapkan terimakasih karena telah menjadi bagian dari proses cerita hidup penulis.
13. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen Angkatan 2020 yang telah menemani penulis selama perkuliahan.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dalam kelancaran proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir penyusunan skripsi.
15. Terakhir untuk diri saya Nur Hidayatun Naafi'ah terimakasih telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan luar. Yang tidak menyerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi, yang mampu berdiri tegak ketika dihantam permasalahan yang ada. Terimakasih diriku semoga tetap rendah hati, ini baru awal dari permulaan hidup tetap semangat kamu pasti bisa.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kelemahan dan kekurangan baik dari segi penelitian maupun dalam proses

penyusunan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran dari berbagai belah pihak agar menjadi acuan dalam menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk pembaca pada umumnya dan peneliti pada khususnya.

Kudus,

2024

Peneliti

Nur Hidayatun Naafi'ah

202011209

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK *SKINCARE* THE
ORIGINOTE DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

NUR HIDAYATUN NAAFI'AH
202011209

Pembimbing : 1. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K
2. Keke Tamara Fahira, S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk dan *online customer review* terhadap minat beli ulang produk *Skincare* the originote dengan *customer satisfaction* sebagai variable intervening. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus pengguna *Skincare* the originote yang tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 125 responden. Analisis data menggunakan analisis SEM AMOS. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang, *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, inovasi produk berpengaruh negatif terhadap *customer satisfaction*, *online customer review* positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang, dan *customer satisfaction* tidak mampu berperan sebagai mediasi inovasi produk serta *online customer review*.

Kata Kunci : Inovasi Produk, *Online Customer Review*, *Customer Satisfaction*, dan Minat Beli Ulang

**THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION AND ONLINE
CUSTOMER REVIEWS ON REPURCHASE INTEREST OF THE
ORIGINOTE SKINCARE PRODUCTS WITH CUSTOMER SATISFACTION
AS AN INTERVENING VARIABLE (STUDY ON MANAGEMENT
STUDENTS, FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, MURIA KUDUS
UNIVERSITY)**

NUR HIDAYATUN NAAFI'AH
202011209

Supervisor : 1. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K
2. Keke Tamara Fahira, S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
STUDY OF MANAGEMENT**

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of product innovation and online customer reviews on interest in repurchasing the Originote Skincare products with customer satisfaction as an intervening variable. The population in this study were Management Students from the Faculty of Economics and Business, Muria Kudus University, users of Skincare whose origin is not known for certain. The sampling technique used purposive sampling with a total sample of 125 respondents. Data analysis uses AMOS SEM analysis. Based on the research results, it shows that product innovation has no influence on repurchase interest, online customer reviews have a positive and significant effect on repurchase interest, product innovation has a negative effect on customer satisfaction, online customer reviews positive and significant on customer satisfaction, customer satisfaction has no influence on repurchase intention, and customer satisfaction is unable to act as a mediating agent for online customer review and product innovation.

Keywords: Product Innovation, Online Customer Reviews, Customer Satisfaction, and Repurchase Intention

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	
..... Error! Bookmark not defined.	
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	13
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 <i>Theory Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Terencana).....	17
2.1.2 Minat Beli Ulang	18
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.1.4 Inovasi Produk.....	26
2.1.5 <i>Online Customer Review</i>	29
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	35
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	38
2.5 Hipotesis Penelitian.....	38

BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Rancangan Penelitian.....	40
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	41
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	44
3.4 Populasi dan Sampel	46
3.5 Pengumpulan Data	47
3.6 Pengolahan Data	48
3.7 Analisis Data	49
3.8 Uji Instrumen Penelitian	55
3.9 Uji Normalitas.....	57
3.10 Uji Outlier	57
3.11 Uji Hipotesis	57
3.12 Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	59
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian.....	59
4.2 Hasil Tanggapan Responden Pada Variabel Penelitian	60
4.2.1 Inovasi Produk (X_1).....	61
4.2.2 <i>Online Customer Review</i> (X_2)	61
4.2.3 Minat Beli Ulang (Y).....	62
4.2.4 <i>Customer Satisfaction</i> (Z).....	63
4.3 Analisis Data	63
4.3.1 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	63
4.3.2 Uji Normalitas	68
4.3.3 Uji Outlier.....	69
4.3.4 Analisis Validitas.....	70
4.3.5 Uji Reliabilitas.....	73
4.3.6 Analisis Persamaan Struktural.....	74
4.3.7 Analisis <i>Square Multiple Correlations</i>	75

4.4 Uji Hipotesis	75
4.5 Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Pengaruh Total	79
4.6 Pembahasan.....	81
4.6.1 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	81
4.6.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Minat Beli Ulang....	82
4.6.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	83
4.6.4 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	84
4.6.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap Minat Beli Ulang.....	85
4.6.6 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	86
4.6.7 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Minat Beli Ulang Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Nilai Skala Kuesioner	47
Tabel 3. 2 <i>Goodness of Fit Indicates</i>	55
Tabel 4. 1 Data Responden Penelitian	60
Tabel 4. 2 Hasil Tanggapan Responden pada Inovasi Produk (X_1).....	61
Tabel 4. 3 Hasil Tanggapan Responden pada <i>Online</i> Customer Review (X_2)	62
Tabel 4. 4 Hasil Tanggapan Responden pada Minat Beli Ulang (Y)	62
Tabel 4. 5 Hasil Tanggapan Responden pada Customer Satisfaction (Z) ...	63
Tabel 4. 6 Hasil Kriteria Goodness of Fit Full Meansurement Sebelum Perbaikan	64
Tabel 4. 7 Hasil Kriteria Goodness of Fit Full Meansurement Setelah Perbaikan	65
Tabel 4. 8 Hasil Kriteria Goodness of Fit Full Meansurement Setelah Perbaikan	66
Tabel 4. 9 Uji Kesesuaian Model Goodness of Fit	68
Tabel 4. 10 Uji Normalitas Data	69
Tabel 4. 11 Mahalanobis d-squared	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji Counvergent Validity	71
Tabel 4. 13 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	72
Tabel 4. 14 Hasil Uji Analisis Discriminant Validity	72
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4. 16 Standardized Regression.....	74
Tabel 4. 17 Square Multiple Correlations.....	75
Tabel 4. 18 Tabel Regression Weights	76
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Hipotesis	76
Tabel 4. 20 Tabel Hasil Direct Effect dan Indirect Effect	80
Tabel 4. 21 Tabel Total Effect	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Pertumbuhan Laju Kosmetik di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Produk Paling Banyak Dibeli di E-Commerce dan Toko Fisik	4
Gambar 1. 3 Data Merek <i>Skincare</i> di Indonesia Tahun 2022-2023	5
Gambar 1. 4 Review pelanggan terhadap produk The Originote	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	38
Gambar 3. 1 Diagram Jalur Penelitian SEM-AMOS	51
Gambar 4. 1 Full Meansurement Sebelum Perbaikan	64
Gambar 4. 2 Full Meansurement Setelah Perbaikan Pertama	65
Gambar 4. 3 Full Meansurement Setelah Perbaikan Kedua	66
Gambar 4. 4 Analisis Full Model	67

