



**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN PENGALAMAN PELANGGAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN MEDIASI KEPUASAN
PELANGGAN CV. BIENSI FESYENINDO (STUDI PADA PENGGUNA
BRAND GREENLIGHT DI KABUPATEN KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

Ubaidillah Al Abid

201911152

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

TAHUN 2024



**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN PENGALAMAN PELANGGAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN MEDIASI KEPUASAN
PELANGGAN CV. BIENSI FESYENINDO (STUDI PADA PENGGUNA
BRAND GREENLIGHT DI KABUPATEN KUDUS)**

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

Oleh :

UBAIDILLAH AL ABID

201911152

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

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN PENGALAMAN PELANGGAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN MEDIASI KEPUASAN
PELANGGAN CV. BIENSI FESYENINDO (STUDI PADA PENGGUNA
BRAND GREENLIGHT DI KABUPATEN KUDUS)**

Nama : Ubaidillah Al Abid

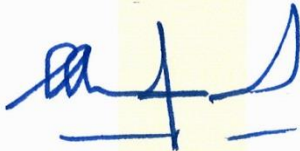
NIM : 201911152

Program Studi : Manajemen

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

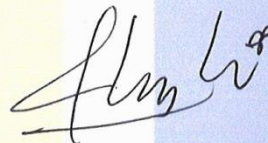
Kudus, 9 September 2024

Pembimbing I,



(Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M.)
NIDN 0618066201

Pembimbing II,



(Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M.)
NIDN. 0022038001

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



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

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN PENGALAMAN PELANGGAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN MEDIASI KEPUASAN
PELANGGAN CV. BIENSI FESYENINDO (STUDI PADA PENGGUNA
BRAND GREENLIGHT DI KABUPATEN KUDUS)**

Nama : Ubaidillah Al Abid

NIM : 201911152

Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 9 September 2024

Mengetahui,

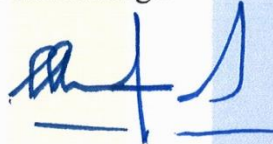
Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN. 0024037701

Pembimbing I



(Dr. H. Mochamad Edris, Drs., M.M)

NIDN 0618066201

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




(Dr. Kertati Sumekar, SE.,M.M)

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M.)

NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya” (Al-Baqarah:286)

PERSEMBAHAN:

Skripsi ini penulis dedikasikan kepada kedua orang tua tercinta, Abi dan Ummi atas doa yang tidak pernah putus, serta kasih sayang yang takkan pernah berhenti, dan juga untuk keluarga yang selalu *support* dan mendoakan. Tidak lupa juga untuk teman-teman yang selalu memberi semangat dan dukungan.

Untuk semua masukan, inspirasi, motivasi, dan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, dari kalian atas semua yang telah kalian berikan kepada saya. Saya ucapkan terimakasih.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Minat Beli ulang Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Cv. Biensi Fesyenindo (Studi Pada Pengguna Brand Greenlight Di Kabupaten Kudus)" dengan baik dan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak yang dengan ikhlas memberikan sumbangsih, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan hidayah-Nya.
2. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus
3. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Noor Indah Rahmawati, S.E, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
5. Dr.H. Mochamad Edris, Drs., M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E,. M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap dosen pengajar dan staf karyawan pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya
7. Kepada Abi dan Ummi saya selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan, doa dan semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini, karena itu penulis terbuka atas kritik dan saran yang membangun dari pembaca sehingga penulis dapat lebih baik pada masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif dalam bidang ilmu pengetahuan yang dipilih. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Amin.

Kudus, 2024

Penulis,

Ubaidillah Al Abid

NIM 201911152

**Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Minat
Beli Ulang Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Cv. Biensi Fesyenindo
(Studi Pada Pengguna Brand Greenlight di Kabupaten Kudus)**

UBAIDILLAH AL ABID

NIM 201911152

Dosen Pembimbing : 1. Dr.H. Mochamad Edris, Drs., M.M

2. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Minat Beli ulang Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Cv. Biensi Fesyenindo (Studi Pada Pengguna Brand Greenlight di Kabupaten Kudus). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah 126 pengguna produk Greenlight di Kabupaten Kudus dengan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner. Teknik analisis data menggunakan SEM AMOS. Hasil penelitian meunjukkan bahwa persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Pengalaman pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci: Perspsi kualitas, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang.

The Influence of Perceived Quality and Customer Experience on Repurchase Intention Mediated by Customer Satisfaction Cv. Biensi Fesyenindo (Study of Greenlight Brand Users in Kudus Regency)

UBAIDILLAH AL ABID

NIM 201911152

Advisor : 1. Dr.H. Mochamad Edris, Drs., M.M
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, S.E., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS PROGRAM OF
MANAGEMENT**

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the influence of perceived quality and customer experience on repurchase interest with the mediation of customer satisfaction Cv. Biensi Fesyenindo (Study of Greenlight Brand Users in Kudus Regency). The approach used in this research is a quantitative approach. The sample was 126 Greenlight product users in Kudus City with sampling using the purposive sampling method. The data collection technique used in this research is a questionnaire. The data analysis technique uses SEM AMOS. The research results show that perceived quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Customer experience has a positive and significant effect on customer satisfaction. Perceived quality has a positive and significant effect on repurchase intention. Customer experience does not have a significant effect on repurchase interest. Customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase intention.

Keywords: *Perceived quality, Customer Experience, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	10
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Teori Perilaku Terencana	16
2.1.1 Pengertian Teori Perilaku Terencana.....	16
2.1.2 Sikap	17
2.1.3 Norma Subyektif.....	18
2.2 Persepsi Kualitas	19
2.2.1 Pengertian Persepsi Kualitas.....	19
2.2.2 Indikator Persepsi Kualitas.....	20
2.3 Pengalaman Pelanggan.....	22

2.3.1	Pengertian Pengalaman Pelanggan	22
2.3.2	Indikator Pengalaman Pelanggan.....	23
2.4	Kepuasan Pelanggan.....	26
2.4.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	26
2.4.2	Indikator Kepuasan Pelanggan	27
2.5	Minat Beli ulang (<i>Repurchase</i>)	29
2.5.1	Pengertian Minat Beli ulang	29
2.5.2	Indikator Minat Beli ulang.....	30
2.6	Pengaruh antar Variabel	31
2.6.1	Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli ulang.....	31
2.6.2	Pengaruh Pengalaman Pelanggan terhadap Minat Beli ulang	32
2.6.3	Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.6.4	Pengaruh Pengalaman pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	34
2.6.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli ulang	35
2.6.6	Pengaruh Persepsi Kualitas dengan Minat Beli ulang yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan.....	36
2.6.7	Pengaruh Pengalaman Pelanggan dengan Minat Beli ulang yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan.....	37
2.7	Penelitian Terdahulu.....	38
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	41
2.9	Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....		46
3.1	Rancangan Penelitian	46
3.2	Jenis Variabel dan Definisi Operasional	47
3.3	Definisi Operasional.....	48

3.4	Jenis dan Sumber Data	53
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	54
3.6	Pengumpulan data dan Pengukuran Data.....	55
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.8	Analisis Data	58
3.8.1	Pengembangan Model Teoritis	59
3.8.2	Pengembangan Diagram Alur.....	59
3.8.3	Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan.....	60
3.8.4	Memilihi Matrik Input dan Estimasi Kovarians atau Korelasi ...	61
3.8.5	Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi.....	61
3.8.6	Identifikasi Kemungkinan Munculnya Masalah.....	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Gambaran Umum Objek	65
4.2	Penyajian Data.....	66
4.2.1	Karakteristik Responden	66
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	67
4.3	Uji Validitas	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		102
DAFTAR PUSTAKA		106

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Penilaian Kriteria <i>Goodness of Fit Index Full Model</i>	64
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	66
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Kualitas	67
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Pengalaman Pelanggan	68
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	69
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Beli ulang	70
Tabel 4. 6 Standardized Regression Weights Variabel Eksogen sebelum Perbaikan	72
Tabel 4. 7 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen sebelum Perbaikan	74
Tabel 4. 8 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	75
Tabel 4. 9 <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Endogen setelah Perbaikan	77
Tabel 4. 10 <i>Standardized Regression Weights</i> setelah perbaikan	79
Tabel 4. 11 Analisis <i>Goodness of Fit Full Measurement</i> Sebelum perbaikan.	80
Tabel 4. 12 <i>Standardized Regression Weights</i> setelah perbaikan	82
Tabel 4. 13 Analisis <i>Goodness of Fit Full Measurement</i>	83
Tabel 4. 14 Uji <i>Average Variance Extracted</i> variabel penelitian	84
Tabel 4. 15 Uji <i>Discriminant Validity</i>	85
Tabel 4. 16 Uji Reliabilitas	85
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas	86
Tabel 4. 18 Hasil Uji Outlier.....	87
Tabel 4. 19 Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Full Model</i>	89
Tabel 4. 20 <i>Analisis Regression Weight</i>	90
Tabel 4. 21 Analisis Square Multiple Correlation	91

	Halaman
Tabel 4. 22 Uji Hipotesis	92
Tabel 4. 23 Uji Mediasi.....	95



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Ulasan Kepuasan Pelanggan Pada Marketplace Tokopedia	5
Gambar 1. 2 Ulasan Kepuasan Pelanggan Pada Marketplace Shopee	6
Gambar 1. 3 Poster Promosi Produk Greenlight di 3second Store Kudus	7
Gambar 1. 4 Grafik Tingkat Pencarian Keyword "3second Kudus" Oktober 2022 - Mei 2023	8
Gambar 2. 1 Pengaruh Persepsi Kualitas dan Pengalaman Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan CV. BIENSI FESYENINDO (Studi pada Pengguna Brand Greenlight di Kabupaten Kudus).....	43
Gambar 3. 1 Diagram Alur.....	60
Gambar 3. 2 Konversi Diagram Alur dalam Persamaan.....	60
Gambar 4. 1 Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	71
Gambar 4. 2 Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	73
Gambar 4. 3 Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	75
Gambar 4. 4 Variabel Endogen Setelah Perbaikan	76
Gambar 4. 5 Uji <i>Measurement</i> Sebelum Perbaikan Model	78
Gambar 4. 6 Uji <i>Measurement</i> Setelah Perbaikan Model.....	81
Gambar 4. 7 Pengujian SEM Full Model	88