



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,
KEPUASAN KONSUMEN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP MINAT BELI ULANG PENGGUNA
SKINCARE MS GLOW (STUDI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Manajemen

Disusun Oleh:

**MEINDHIKA IRNADIANI RISTYA HADI
202011289**

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



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK,
KEPUASAN KONSUMEN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP MINAT BELI ULANG PENGGUNA
SKINCARE MS GLOW (STUDI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

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

Oleh:

MEINDHIKA IRNADIANI RISTYA HADI
202011289

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPUASAN
KONSUMEN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI
ULANG PENGGUNA SKINCARE MS GLOW (STUDI PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Meindhika Irmadiani Ristya Hadi
NIM : 202011289
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,

Pembimbing I



Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.

NIDN. 0628048702

Pembimbing II



Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M.

NIDN. 0615079303

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN. 0024037701

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPUASAN
KONSUMEN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI
ULANG PENGGUNA SKINCARE MS GLOW (STUDI PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Nama : Meindhika Imadiani Ristya Hadi
NIM : 202011289
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



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

Pembimbing I



Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
NIDN. 0628048702

Mengetahui,

Dekan



Dr. Kertan Sumekar, S.E., M.M
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M
NIDN. 0615079303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Allah tidak akan membebani seseorang, melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

(Q.S Al-Baqarah: 286)

Bersedihlah sewajarnya, nikmati rasa gagal yang tiba, rasa kecewa yang mendera. Hingga semua tumpah, saatnya kembali menentukan arah. Bisikan pada dirimu, semua cukup dan biarlah jadi masa lalu.

(Boy Candra)

Kalau orang lain bisa, kenapa kamu tidak? Jangan cepat layu dan sia-sia tetap semangat dan jangan putus asa! ☺

(Penulis)

PERSEMBAHAN :

1. Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua saya yang telah memberikan kasih sayang, selalu mendoakan dan memberikan dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Segenap keluarga yang ikut serta memberikan dukungan.
4. Sahabat, pasangan dan teman-teman yang telah membantu memberi *support*.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna *Scincare Ms Glow* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus)”. Disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasi. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih atas bantuan teknis dan dorongan psikis dari berbagai pihak yang telah membantu selama penelitian ini.

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. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikn arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, masukan, arahan dan motivasi 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. Orang tua yang telah mendidik, merawat dan menyayangi saya dan tiada henti mendoakan saya dan memberikan dukungan penuh serta masukan dan nasehat yang menghidupkan semangat saya.
8. Segenap keluarga yang selalu memberi support.
9. Terima kasih kepada adik-adik saya Diva Dhanella Atha yang telah mendengar keluh kesah dan membuat tertawa pada saat kakanya dilanda kepusingan pada saat mengerjakan skripsi ini.
10. Teruntuk pasangan, R yang selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka, mendengarkan semua keluh kesah, dan memberikan dukungan kepada saya. Terima kasih sudah bersedia menemani dan mendukung saya hingga saat ini.
11. Sahabat tercinta Indri. Terimakasih sudah menjadi tempat ternyaman dalam bercerita dan bertukar pikiran, berproses banyak pengalaman hidup yang berjalan seiring dengan proses pendewasaan.
12. Partner skripsi dan healing saya Icha Virda, yang selalu ada dan bersedia mendengarkan keluh kesah dalam mengerjakan skripsi ini.

13. Teman-teman grup Menantu Idaman terima kasih atas segala bentuk bantuan, menjadi tempat cerita selama menempuh pendidikan di Universitas Muria Kudus.

14. Semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu diharapkan kritik dan sra yang bersifat membangun. Semoga dibalik ketidaksempurnaan skripsi ini masih dapat memberikan manfaat untuk pembaca serta menjadi bahan kajian selanjutnya.

Kudus,

2024

Penulis

Meindhika Irnadiani Ristya Hadi
NIM 202011289

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPUASAN
KONSUMEN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI
ULANG PENGGUNA *SKINCARE* MS GLOW (STUDI PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS)**

Meindhika Irnadiani Ristya Hadi
202011289

Pembimbing 1: Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2: Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna *Skincare* Ms Glow (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muria Kudus). Metode yang digunakan ialah deskriptif kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 96 responden mahasiswa Universitas Muria Kudus dan pengambilan sampel menggunakan teknik metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diolah menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang *skincare* MS Glow pada mahasiswa Universitas Muria Kudus, Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli ulang *skincare* MS Glow pada mahasiswa Universitas Muria Kudus, Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang *skincare* MS Glow pada mahasiswa Universitas Muria Kudus, Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang *skincare* MS Glow pada mahasiswa Universitas Muria Kudus. Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen dan Persepsi Harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang *skincare* MS Glow pada mahasiswa Universitas Muria Kudus.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Persepsi Harga, Minat Beli Ulang

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, CONSUMER SATISFACTION AND PRICE PERCEPTION ON REPURCHASE INTENTION OF MS GLOW SKINCARE USERS (STUDY ON MURIA KUDUS UNIVERSITY STUDENTS)

Meindhika Irnadiani Ristya Hadi
202011289

Lecturer : 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
2. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M

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

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of product quality, brand image, consumer satisfaction and price perception on repurchase intentions of Ms Glow skincare users (Study of Muria Kudus University students). The method used is descriptive quantitative. The sample used in the research was 96 Muria Kudus University student respondents and sampling used a purposive sampling method. The data collection technique used in this research was a questionnaire processed using SPSS version 26. The results of the study showed that Product Quality had a significant positive effect on interest in repurchasing MS Glow skincare among Muria Kudus University students, Brand Image had a significant positive effect on interest in repurchasing MS Glow skincare Glow among Muria Kudus University students, Consumer Satisfaction has no effect on interest in repurchasing MS Glow skincare among Muria Kudus University students, Price Perception has a positive effect on interest in repurchasing MS Glow skincare among Muria Kudus University students. Product Quality, Brand Image, Consumer Satisfaction and Price Perception simultaneously influence the interest in repurchasing MS Glow skincare among Muria Kudus University students.

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Consumer Satisfaction, Price Perception, Repurchase Intention*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	12
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Dasar Teori Perilaku Konsumen	16
2.2 Minat Beli Ulang.....	17
2.3 Kualitas Produk.....	18
2.4 Citra Merek	23
2.5 Kepuasan Konsumen.....	26
2.6 Persepsi Harga.....	29
2.7 Pengaruh Antar Variabel.....	32
2.8 Penelitian Terdahulu	34
2.9 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis	38
2.9.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	38
2.9.2 Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Rancangan Penelitian	41

3.2	Variabel Penelitian	41
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	42
3.4	Jenis dan Sumber Data	44
3.5	Populasi dan Sampel	46
3.6	Pengumpulan Data	47
3.7	Uji Instrumen Penelitian	48
3.8	Pengolahan Data.....	49
3.9	Analisis Data	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1	Profil Ms Glow.....	57
4.2	Penyajian Data	60
4.3	Uji Instrumen	67
4.3.1	Uji Validitas.....	67
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	69
4.4	Uji Asumsi Klasik	70
4.4.1	Uji Normalitas	70
4.4.2	Uji Multikolonieritas	70
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	71
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda	72
4.6	Hasil Uji Hipotesis	74
4.6.1	Uji t.....	74
4.6.2	Uji F.....	76
4.6.3	Koefisien Determinasi (R ²).....	76
4.7	Pembahasan.....	77
4.7.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang <i>Skincare</i> Ms Glow Mahasiswa Universitas Muria Kudus	77
4.7.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang <i>Skincare</i> Ms Glow Mahasiswa Universitas Muria Kudus	79
4.7.3	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang <i>Skincare</i> Ms Glow Mahasiswa Universitas Muria Kudus	80

4.7.4 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang <i>Skincare</i> Ms Glow Mahasiswa Universitas Muria Kudus	82
4.7.5 Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang <i>Skincare</i> Ms Glow Mahasiswa Universitas Muria Kudus	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN-LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4. 1 Produk Ms Glow	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa Aktif UMK Angkatan 2020.....	62
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Ms Glow	62
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penggunaan Ms Glow	63
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	64
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Citra Merek	64
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen	65
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Persepsi Harga	66
Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel Minat Beli Ulang.....	67
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4. 13 Uji Normalitas.....	70
Tabel 4. 14 Uji Multikolonieritas.....	71
Tabel 4. 15 Uji Heteroskedastisitas.....	72
Tabel 4. 16 Analisis Regresi Linier Berganda	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia Periode 2019 - 2023.....	2
Gambar 1. 2 Keluhan Pelanggan Akan Kualitas Produk Ms Glow	5
Gambar 1. 3 Top Brand Index Skincare di Indonesia Tahun 2024.....	7
Gambar 1. 4 Ketidakpuasan Pelanggan Terhadap Produk Ms Glow	9
Gambar 1. 5 Persepsi Harga Terhadap Produk Ms Glow	10
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	39