

PENGARUH *SERVICE QUALITY*, PRODUCT INNOVATION, DAN *PRICE FAIRNESS* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Pada Konsumen V-Chen Mediacart Clinic Kota Madiun)



Nama : Ellena Yulia Syahlu Wulandari

NIM : 20415205

Program Studi : Manajemen

FALKUTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Service Quality*, *Product Innovation*, dan *Price Fairness* Terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening
Nama : Ellena Yulia Syahlu Wulandari
NIM : 20415205
Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 20 Juli 2002
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 30 Juli 2024

Pembimbing I



Titi Rapini, SE., MM
NIDN. 0005056301

Pembimbing II



Titis Purwaningrum, SE., M.MA
NIDN. 0704047001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dosen Penguji :

Ketua



Titi Rapini, SE., MM
NIDN. 0005056301

Sekretaris



Eka Destriyanto.P.A, S.AB., MM
NIDN. 0711128404

Anggota



Diana Pramudya.W, SE., MM
NIDN. 0709048305

ABSTRAK

Ellena Yulia Syahlu Wulandari, NIM 20415205, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Skripsi : "Pengaruh *Service Quality*, *Product Innovation*, dan *Price Fairness* Terhadap *Repurchase Intention* Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen V-Chen Medicart Clinic Kota Madiun)".

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Service Quality*, *Product Innovation*, dan *Price Fairness* Terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen V-Chen Medicart Clinic Kota Madiun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *survey*.

Populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti dikarenakan jumlah konsumen yang melakukan pembelian produk atau jasa *relative* banyak dan belum ada data secara pasti. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teori Donald R. Cooper sehingga terpilih sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Metode analisis data meliputi uji instrument, analisis regresi linier berganda, analisis jalur/*path*, dan koefisien determinasi. Hasil uji hipotesis menggunakan uji t untuk membantu dalam mempresiksi dan membuktikan hubungan antar variabel.

Studi ini penting dalam konteks persaingan *industry* kecantikan yang semakin ketat, menekankan perlunya focus pada peningkatan kualitas produk dan inovasi untuk meningkatkan pembelian konsumen. Temuan penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan niat beli ulang.

Kata kunci : **Service Quality, Product Innovation, Price Fairness, Repurchase Intention, Customer Satisfaction.**

ABSTRACT

This study aims to analyze the Influence of Service Quality, Product Innovation, and Price Fairness on Repurchase Intention with Customer Satisfaction as Intervening Variabel in V-Chen Medicart Clinic kota Madiun.

The population in this study cannot be known with certainty, because the number of consumers who purchase products or services is relatively large and there is no definite data. The sample in this study was determinated using Donald R' Cooper theory, so selected as many as 100 respondents. The sampling method uses Accidental Sampling. Data analysis methods include instrument test, multiple linear regression analysis, path analysis, and coefficient of determination. The result of the hypothesis test using the t test and the F test help in predicting and proving the relationship between variables.

The study is important in the context of increasingly fierce competition in the beauty industry, emphasizing the need to focus on improving product quality and innovation to increase consumer purchases. The findings of this research can provide insight for companies in increasing customer loyalty and repurchase intentions.

Keywords : Service Quality, Product Innovation, Price Fairness, Repurchase Intention, Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis skripsi dengan judul “Pengaruh Service Quality, Product Innovation, dan Price Fairness Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen V-Chen Medicart Clinic Kota Madiun” dapat diselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam penelitian ini, penulis mendapat bimbingan, dorongan dan pengarahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan ketulusan hati penulis hendak menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Hadi Sumarsono, S.E.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Dr. Slamet Santoso, S.E.,M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Naning Kristiyana, S.E.,MM, selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Ibu Titi Rapini, S.E.,MM, selaku Dosen Pembimbing satu yang telah memberikan petunjuk, dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Ibu Titis Purwaningrum, S.E.,MMA, selaku Dosen Pembimbing dua yang telah memberikan petunjuk, arahan dalam penulisan skripsi ini.

7. Pimpinan V-Chen medicart clinic kota madiun, yang telah memberikan izin penelitian dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
8. Keluarga tercinta, Bapak Sumarji dan Ibu Siti Juariyah yang telah memberikan doa dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
9. Saudara perempuanku Evanda Krusinta Putri, A.Md.Kep. yang telah memberikan doa dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman Manajemen kelas E, terimakasih atas dukungan selama penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman Manajemen Angkatan 2020, terimakasih atas dukungan, semangat dan kebersamaan kita selama ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
13. Last, diriku sendiri terimakasih banyak sudah berjuang hingga selesainya skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan berbagai pihak yang memerlukan skripsi ini.

Ponorogo, 30 Juli 2024



(Ellena Yulia Syahlu Wulandari)

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/ atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo 30 Juli 2024



Ellena Yulia Syahlu Wulandari

20415205

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	I
Halaman Pengesahan.....	II
Abstrak.....	III
Kata Pengantar.....	V
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian.....	VII
Daftar Isi.....	VIII
Daftar Tabel.....	X
Daftar Gambar.....	XI
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	12
1.2 Perumusan Masalah.....	21
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	43
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	47
2.4 Hipotesis.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Batasan dan Lokasi Penelitian.....	49
3.2 Jenis Penelitian.....	49
3.3 Populasi dan Sampel.....	50

1. Populasi

2. Teknik Pengambilan Sampel	
3.4 Metode Pengambilan Data.....	51
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	51
3.6 Metode Analisis Data.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	66
4.4.2 Hasil Penelitian.....	77
4.4.3 Pembahasan.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	99
5.2 Saran-Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN LAMPIRAN	111



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Usia.....	66
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pekerjaan.....	67
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pendapatan.....	68
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi <i>Service Quality</i>	69
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi <i>Product Innovation</i>	72
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi <i>Price Fairness</i>	73
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi <i>Customer Satisfaction</i>	74
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi <i>Repurchase Intention</i>	75
Tabel 4.10 Uji Validitas.....	76
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
Tabel 4.13 Hasil Uji R^2	83
Tabel 4.14 Uji Hipotesis T (Customer Satisfaction).....	84
Tabel 4.15 Uji Hipotesis T (Repurchase Intention).....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan.....	30
Gambar	2.2 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar	4.1 Logo Obyek Penelitian.....	55
Gambar	4.2 Model Jalur Variabel Service Quality.....	80
Gambar	4.3 Output tes Sobel service quality.....	81
Gambar	4.4 Model Jalur Variabel Product Innovation.....	81
Gambar	4.5 Output tes Sobel Product Innovation.....	82
Gambar	4.6 Model Jalur Variabel Price Fairness.....	82
Gambar	4.7 Output tes Sobel Price Fairness.....	83

